

VAASAN YLIOPISTO
LASKENTATOIMEN JA RAHOITUKSEN YKSIKKÖ

Kaisa Kiiski

YRITYSVASTUURAPORTOINTIIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT
SUOMALAISISSA PÖRSSIYRITYKSISSÄ

Laskentatoimen ja rahoituksen
pro gradu -tutkielma

Laskentatoimen ja tilintarkastuksen
maisteriohjelma

VAASA 2018

SISÄLLYSLUETTELO	sivu
KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO	5
TIIVISTELMÄ	7
1. JOHDANTO	9
1.1. Tutkimuksen tausta ja katsaus aiheeseen	10
1.2. Tutkimuksen tarkoitus	13
1.3. Tutkimuksen merkitys ja motivointi	13
1.4. Tutkimuksen kulku ja rakenne	15
2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS	16
2.1. Legitimiteettiteoria	16
2.2. Media-agendateoria	19
2.3. Sidosryhmäteoria	21
3. AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET JA HYPOTEESEIT	26
3.1. Yrityksen koko ja vastuullisuus	26
3.2. Toimialan herkkyyys ja vastuullisuus	28
3.3. Kannattavuus ja vastuullisuus	30
3.4. Medianäkyvyys ja vastuullisuus	31
4. TUTKIMUKSEN AINEISTO JA MENETELMÄT	34
4.1. Aineisto	34
4.2. Tutkimusmenetelmät ja muuttujat	35
4.2.1. Selitettävä muuttuja	35
4.2.2. Selittävät muuttujat	37
4.3. Aineiston ja menetelmän rajoitteet	38
4.4. Empiiriset mallit	39
5. TUTKIMUKSEN TULOKSET	41
5.1. Muuttujien yleinen kuvailu	41
5.2. Regressioanalyysin tulokset	45
5.2.1. Selitettävänä muuttujana taloudellinen vastuu	46

5.2.2. Selitettävänä muuttujana ympäristöön liittyvä vastuu	47
5.2.3. Selitettävänä muuttujana sosiaalinen vastuu	48
5.2.4. Selitettävänä muuttujana kaikki vastuullisuuden osa-alueet yhteensä	49
5.3. Hypoteesien testaus	50
5.4. Tulosten tulkinta	55
5.5. Tulosten rajoitteet ja yleistettävyys	56
6. YHTEENVETO	58
LÄHDELUETTELO	62
LIITTEET	
LIITE 1. Tutkimuksen yritysten toimialaluokitus	71
LIITE 2. Jakauman analysoinnin tuloksia	73

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1. Yritysvastuun osa-alueet	12
Kuvio 2. Tapahtumien tai asioiden suhde yrityksen legitimizeettiin	18
Kuvio 3. Yritys sidosryhmäteorian näkökulmasta	23
Taulukko 1. Muuttujien yleinen kuvailu	41
Taulukko 2. Muuttujien välisen Pearsonin korrelaatiotestin tulokset	43
Taulukko 3. Taloudelliseen vastuullisuusraportointiin vaikuttavat tekijät	46
Taulukko 4. Ympäristöön liittyvään vastuullisuusraportointiin vaikuttavat tekijät	47
Taulukko 5. Sosiaaliseen vastuullisuusraportointiin vaikuttavat tekijät	48
Taulukko 6. Vastuullisuuden osa-alueiden summaan vaikuttavat tekijät	49
Taulukko 7. Muuttujien riippuvuuksien suunnat sekä tilastollinen merkitsevyys	52
Taulukko 8. Yhteenveto selitettävien muuttujien selitysasteista	53

LYHENTEET

CSD	Corporate Social Disclosure
CSR	Corporate Social Responsibility
GRI	Global Reporting Initiative
IASB	International Accounting Standards Board
ICB	Industry Classification Benchmark
IFRS	International Financial Reporting Standards
ROA	Return on Assets
SEA	Social and Environmental Accounting
TBL	Triple Bottom Line

VAASAN YLIOPISTO
Kauppateellinen tiedekunta

Tekijä:	Kaisa Kiiski
Pro gradu -tutkielma:	Yritysvastuuraportointiin vaikuttavat tekijät suomalaisissa pörssiyrityksissä
Tutkinto:	Kauppateiden maisteri
Oppiaine:	Laskentatoimi ja tilintarkastus
Työn ohjaaja:	Marko Järvenpää
Aloitusvuosi:	2014
Valmistumisvuosi:	2019
	Sivumäärä: 80

TIIVISTELMÄ

Tämän tutkimuksen tavoitteena on tarkastella suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraportointiin vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen esikuva-artikkelina on Carmelo Reverten (2009) tutkimus ”*Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*”, jossa vastaava tutkimus on toteutettu espanjalaisella aineistolla. Tutkimuksen alussa esitellään vastuullisuutta käsittelevän kirjallisuuden merkittävimmät teoreettiset viitekehykset, joita tämän tutkimuksen rajauksessa ovat legitimizeetti-, sidosryhmä- sekä media-agendateoria.

Seuraavaksi tutkimuksessa käydään läpi tekijöitä, joilla on aikaisemmissa tutkimuksissa todettu olevan vaikutusta yritysten vastuullisuusraportointiin. Näitä tekijöitä ovat yrityksen koko, toimialan herkkyys, yrityksen kannattavuus sekä yrityksen medianäkyvyys. Aikaisempien tutkimuksien pohjalta johdetaan hypoteesit näistä jokaisesta tekijästä. Nämä yritystä ja toimialaa kuvaavat tekijät kattavat myös kaikki vastuullisuuden osa-alueet, joita ovat taloudellinen, sosiaalinen sekä ympäristöön liittyvä. GRI-raportointiohjeistuksen Triple Bottom Line -ajattelun mukaisesti yrityksen menestystä tulisi perinteisen taloudellisen mittaamisen lisäksi tarkastella myös sosiaalinen ja ympäristönäkökulma huomioiden.

Tutkimuksessa mitataan lineaarisella regressioanalyysillä yrityksen koon, toimialan herkkyyden, yrityksen kannattavuuden sekä yrityksen medianäkyvyyden yhteyttä vastuullisuusraportointiin. Riippuvuutta näiden tekijöiden ja yrityksen vastuullisuusraportoinnin välillä etsitään TBL-ajattelun mukaisesti jokaiselta vastuullisuuden osa-alueelta. Taloudellinen, sosiaalinen sekä ympäristöön liittyvä vastuullisuusraportointi muodostavat kaikki oman regressioyhtälönsä, minkä lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan myös kaikkia vastuullisuuden osa-alueita yhdistävää muuttujaa.

Saatujen tuloksien mukaan yrityksen koolla ja kannattavuudella on positiivinen riippuvuus yrityksen vastuullisuusraportointiin suomalaisten pörssiyritysten kohdalla. Toimialan herkkyydellä tai medianäkyvyydellä ei aikaisemmista tutkimuksista poiketen havaittu tässä tutkimuksessa yhteyttä yrityksen vastuullisuusraportointiin.

AVAINSANAT: Yritysvastuu, yhteiskuntavastuu, raportointi, Global Reporting Initiative

1. JOHDANTO

Yritysvastuu on termi monille erilaisille tulkinnoille, mutta yleisesti se tarkoittaa niiden sidosryhmien näkökulmien huomioimista, joilla ei ole suoraa taloudellista sidettä yrityksen toimintaan. Yritysten liiketoimintaympäristössä kasvava joukko yksilöitä, ryhmiä ja instituutioita pyrkii valvomaan yrityksen tekemisiä ja tekemättä jättämisiä todisteeksi yrityksen vastuullisesta tai vastuuttomasta toiminnasta. Nämä tarkkailijat pyrkivät käyttämään vaikutusvaltaansa kehittämällä strategioita, joilla luodaan yrityksille painetta muuttaa käytöstä suuntaan, joka on ryhmän mielestä soveliaampaa. (Shocker & Prakash 1973: 98.)

Euroopan komission Vihreässä kirjassa (2001) yritys vastuu on määritelty käsitteeksi, jossa organisaatiot vapaaehtoisesti integroivat sosiaaliset ja ekologiset näkökohdat liiketoimintaansa ja kanssakäymiseen sidosryhmien kanssa. Vastuullisuus ei tarkoita ainoastaan lain noudattamista, vaan myös sääntöjen yli toimimista sekä investointeja ihmispääomaan, ympäristöystävällisiin teknologioihin sekä yrityksen suhteisiin sidosryhmiensä kanssa. Yritysvastuuta ei pidä nähdä substituuttina laeille tai sääntelylle koskien ihmisoi-keuksia tai ympäristöstandardeja. Käyttäytymällä vastuullisesti yritykset toimivat sidosryhmien odotusten mukaisesti (Reverte 2009: 351). Laajempi termi, kestävä kehitys, tarkoittaa Yhdistyneiden Kansakuntien (1987) määritelmän mukaan kehitystä, joka täyttää tämän hetken tarpeet viemättä tulevien sukupolvien mahdollisuutta täyttää omia tarpeit- tansa.

Yritysvastuuraportointi voidaan määrittää yrityksen taloudellisen ja ei-taloudellisen in- formaation toimittamiseksi yrityksen vuosikertomuksessa tai erillisissä vastuullisuusra- porteissa, joissa informaatio liittyy yrityksen vuorovaikutukseen sen fyysisen ja sosiaali- sen ympäristön kanssa. Yritysvastuuraportointi muodostuu informaatiosta, joka liittyy yrityksen toimintaan, pyrkimykseen ja julkiseen kuvaan. Yrityksen julkinen kuva taas muodostuu yrityksen suhteesta sen ympäristöön, yhteisöön, työntekijöihin ja asiakkaisiin. Esimerkkejä näissä alueissa esiintyvistä yksityiskohtaisemmista asioista ovat yrityksen energiankulutus, tasa-arvokysymykset, reilu kauppa sekä hyvä hallinnointitapa. (Gray, Javad, Power & Singlair 2001: 329.)

1.1. Tutkimuksen tausta ja katsaus aiheeseen

Ennen yritykset olivat kiinnostuneita omaksumaan vastuullisuuden tapoja, jotka olivat hyviä ympäristölle ja joiden hyödyt näkyivät välittömästi yrityksen tuloksessa. Nykyään keskustellaan siitä, mikä ensinnäkin painostaa ja toisaalta onnistuu motivoimaan yritykset omaksumaan aikaisempaa monimutkaisempia strategioita, joilla ei välttämättä ole välitöntä vaikutusta yrityksen tulokseen. (Betts, Wiengarten & Tadisina 2015.) Zhu & Sarkis (2007) ovat tunnistaneeet tekijöitä, jotka pakottavat yritykset omaksumaan vastuullisia toimintatapoja. Näitä tekijöitä ovat esimerkiksi asiakkaiden mieltymysten ja kysynnän muutokset, hallinnollinen sääntely sekä eettiset vaikuttimet.

Vähentääkseen informaation epäsymmetrisyyttä yrityksen ja sen sidosryhmien välillä, yritysten odotetaan viestivän toiminnastaan läpinäkyvästi ja toimivan yhteiskunnan vastuullisuuteen liittyvien normien mukaisesti (Philippe & Durand 2011: 971). Hahnin & Lülfsin (2014) mukaan läpinäkyvä vastuullisuusviestintä voi parantaa sidosryhmien luotamusta. Lisäksi Archambeaultin (2008) mukaan läpinäkyvyyden puute on riski ulkoisille sidosryhmille. Yritykset pyrkivät usein tekemään yritysvastuuraportteistaan yltiöpositiivisia ja kaunistelemaan toimintaansa niissä. Tässä tapauksessa yritysvastuuraportteja käytetään yrityksen mainostamiseen, jossa tarkoituksena on hankkia yritykselle mainetta ja parantaa sen legitimiteettiä. (Cho ym. 2010; Castelló & Lozano 2011.) Hahn ym. (2014) kyseenalaistavat mainostarkoituksessa tehtyjen raporttien hyödyllisyyden informaation epäsymmetrian vähentämisessä ja yrityksen toiminnan läpinäkyvyyden lisäämisessä, sillä mainostarkoituksessa tehdyt raportit eivät edistä yrityksen kokonaiskuvan ymmärrystä eivätkä anna oikeaa ja riittävää kuvaa yrityksen ei-taloudellisesta suoriutumisesta.

Hahnin ym. (2014) mukaan sääntelystä ei ole paljoa apua vastuullisuusraporttien läpinäkyvyyden lisäämisessä, sillä monissa maissa vastuullisuusraportoinnista on vain vähän lakeja tai ohjeistuksia. Global Reporting Initiative (GRI) pyrkii muuttamaan tämän tarjoamalla maailmanlaajuisesti käytetyn ohjeistuksen vastuullisuusraportoinnista. GRI (2016) haastaa yritykset antamaan läpinäkyvän, täydellisen ja puolueettoman raportin, joka sisältää sekä positiivisia että negatiivisia näkökulmia yrityksen vastuullisuuteen.

Chon, Michelin, Pattenin, & Robertsin (2015) mukaan GRI:n kehittäminen on yksi suurimmista tekijöistä yritysten vastuullisuusraportoinnin edistämisessä.

Chauvey, Giordano-Spring, Cho & Patten (2014) tutkivat, onko vastuullisuusraportointi muodostumassa normiksi vertailemalla ranskalaisten pörssiyhtiöiden vuosien 2004 ja 2010 vastuullisuusraporttien muutoksia. Vastuullisuuteen käytetty tila oli kasvanut merkittävästi ja merkkejä vastuullisuusraporttien laadun paranemisestakin löytyi, vaikkakin tiedon laatu on pysynyt huonona edelleen ja yhä harvemmat yritykset raportoivat negatiivisesta suoriutumisestaan. Chanin & Milnen (1999) mukaan negatiivisten näkökulmien poisjättäminen raporteista on vakava asia, sillä negatiivisten toimien valaiseminen on erityisen merkityksellistä liikkeenjohdollisesta näkökulmasta.

Negatiivisten näkökohtien esiin tuominen saattaa vaarantaa yrityksen legitimitetin, mikäli yrityksen toiminnan negatiiviset ekologiset ja sosiaaliset seuraukset eivät ole yhtäläiset yhteiskunnan normien, arvojen ja uskomusten kanssa (Chan & Milne 1999). Hahn ym. (2014) nostavat esille myös sen, että negatiivisista toimista tiedotettaessa sidosryhmät saattavat aloittaa korvaavien toimenpiteiden vaatimisen. Tämän takia negatiivisista näkökohdista raportoiminen ei yksistään riitä, vaan yritykseltä odotetaan myös toimenpiteitä, jotta sen legitimitetti säilyisi turvattuna. Yrityksen täytyy tunnistaa parannuksen kiireellisyys ja arvioida mahdollisen selkkauksen laajuus. Hahnin ym. (2014) mukaan aktiivista raportointia vastuullisuuden negatiivisista puolista voidaan pitää hyvänä asiana, koska se auttaa yritystä hallitsemaan negatiivisiin vastuullisuusasioihin liittyvää riskiä.

Chauveyn ym. (2014) tutkimuksessa tunnistettiin muun muassa GRI-ohjeistusta mukailen viisi päätekijää, jotka kuvaavat yritysvastuuraporttien laatua. Näitä tekijöitä ovat relevanttius, vertailtavuus, todennettavuus, selkeys ja neutraalius. Tiedon relevanttius tarkoittaa, että vastuullisuusraportoinnin tulee sisältää päätöksenteon kannalta merkityksellinen informaatio. IASB:n (2010) mukaan tieto on hyödyllisempää, jos sitä pystyy vertailemaan toisten organisaatioiden vastaavaan tietoon tai saman organisaation tietoon toiselta ajanjaksolta. Tiedon todennettavuus tarkoittaa, että riippumaton toimija liittäisi tiedot ja väitteet todennäköisesti samaan taustalla olevaan ilmiöön. Ymmärrettävyys takaa,

että eri käyttäjäryhmät ymmärtävät tiedon oikein ja käyttävät tietoa hyödyksi analysoidessaan ja tehdessään organisaatioon liittyviä päätöksiä. Tiedon ymmärrettävyyttä ja helpotajaisuutta voi lisätä antamalla selkeät määritelmät esitetyille aineistolle ja mittareille tai selittämällä vastuullisuusraportoinnin laadinnan menetelmiä, laskelmia sekä raportointimekanismeja. Viimeinen vastuullisuusraportoinnin laatuun vaikuttava tekijä on neutraalius, jolla tarkoitetaan tasapainoa, jossa sekä positiivisia että negatiivisia asioita raportoidaan. Tasapuolisella raportoinnilla taataan lukijalle todenmukainen kokonaiskuva yrityksen suoriutumisesta. (Chauvey 2014: 793.)

Vastuullisuuden englanninkielisessä kirjallisuudessa käytetään käsitettä *Triple Bottom Line* (TBL), josta on käytetty suomenkielistä termiä kolmoistilinpäätös. Ajatuksen mukaan yrityksen kokonaistulosta tulisi tarkastella ottaen huomioon yrityksen kokonaispanos taloudelliseen kestävyyteen, sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen ja ympäristön hyvinvointiin. (Elkington 1998.) Näkemyksessä tarkastellaan yrityksen menestystä perinteisen taloudellisen menestyksen lisäksi myös sosiaalisen ja ekologisen suoriutumisen perustella (Norman & MacDonald 2004: 243). Hahnin & Kühnenin (2013) mukaan GRI keskittyy syvällisesti ekologisiin ja sosiaalisiin asioihin, mutta käsittelee vain muutamaa melko yleistä talouden mittaria. Näin tekemällä GRI jättää vastuun taloudellisista asioista raportoinnista muille olemassa oleville säännöksille, kuten IFRS:lle. Kuvio 1 havainnollistaa yritys vastuun kenttään liittyviä asioita GRI:n jaottelun mukaisesti.



Kuvio 1. Yritysvastuun osa-alueet. (Mukaillen Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2013.)

Integroitu raportointi on tuore edistysaskel raportointi-innovaatioiden saralla. Se on Integrated Reporting Council:n (IIRC) kehittämä konsepti, jonka tarkoituksena on uudistaa yrityksen raportointi yhdistämällä taloudellinen raportointi ja vastuullisuusraportointi yhdeksi kokonaisuudeksi (Rowbottom & Locke 2016). Integroitu raportointi on tiivistä viestintää siitä, miten yrityksen strategia, hallinto, suoriutuminen ja tulevaisuudennäkömät näyttäytyvät ulkoisen ympäristön sekä arvonaluontiprosessin näkökulmista tarkasteltuina lyhyellä, keskipitkällä ja pitkällä näkökulmalla tarkasteltuna (Integrated Reporting 2017). Higginsin, Stubbs'n ja Loven (2014) mukaan integroidusta raportoinnista on tarkoitus kehittää maailmanlaajuinen viitekehys, joka sekä yksinkertaistaa yrityksen raportointia että parantaa raportoinnin tehokkuutta nopeasti muuttuvassa maailmassa. Integroidun raportoinnin puolestapuhujat näkevät, että maailmanlaajuinen finanssikriisi, lisääntynyt läpinäkyvyyden tarve, ympäristökysymykset ja resurssien niukkuudesta johtuvat ongelmat luovat uusia riskejä, joita johtajien täytyy huomioida yrityksen arvonaluontiprosessissa. Toisin kuin perinteinen vastuullisuusraportointi, integroitu raportointi on suuntautunut tulevaisuuteen ja se etsii yhteyksiä taloudellisten ja ei-taloudellisten yrityksen suoriutumiseen vaikuttavien tekijöiden väliltä.

1.2. Tutkimuksen tarkoitus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on analysoida, mitkä tekijät vaikuttavat suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraportointiin. Tutkimus rakentuu Global Reporting Initiative -standardien mukaiseen jaotteluun vastuullisuuden eri osa-alueista. Näitä GRI-raportointiohjeistuksen mukaisia osa-alueita ovat talous, ympäristö sekä sosiaalinen ulottuvuus. Tutkimuksessa käytetään englanninkielisessä kirjallisuudessa esiintyvistä termistä *Corporate Social Responsibility* (CSR) termiä yritysvastuu sekä termistä *Corporate Social Disclosure* (CSD) termiä yritysvastuuraportointi.

1.3. Tutkimuksen merkitys ja motivointi

Yritysten rooli yhteiskunnassa on kasvanut viime vuosikymmeninä. Monia taloudellisesti ja teknologisesti kehittyneitä yrityksiä on kritisoitu sosiaalisten ongelmien aiheuttamisesta. Saastuttaminen, luonnonvarojen haaskaaminen ja loppuun käyttäminen, tuotteiden laatu ja turvallisuus, työntekijöiden oikeudet sekä suurten yritysten valta ovat esimerkkejä esille nousseista ongelmista. Huomion ongelmiin keskittymisen vuoksi yrityksistä on tullut osakkeenomistajien ja luotonantajien lisäksi tilivelvollisia myös laajemmalle yleisölle. Ihmisten tietoisuus ja kiinnostus ympäristöön liittyviin ja sosiaalisiin asioihin sekä median aiheelle antama huomio ovat lisänneet yritysten vastuullisuusraportteja. (Reverte 2009: 351.)

Viimeisten vuosikymmenien aikana yhteiskunnan tietoisuus ekologisista ja sosiaalisista asioista on kasvanut merkittävästi, mikä on heijastunut räjähdysmäiseen kansanliikkeiden ja kansalaisjärjestöjen kasvuun. Yhteiskunnan kritiikki yritysten ekologisiin ja sosiaalisiin vaikutuksiin sekä kuluttajien ekologinen omatunto ovat pakottaneet yritykset omaksumaan uudenlaisia toimintatapoja ja laadunvalvontaa. Näistä asennemuutoksista on myöhemmin tullut kansainvälisiä standardeja, joita valvotaan. (Moneva & Fernando 2000: 7-8.) Myös Marshall, Vaiman, Napier, Taylor, Haslberger & Andersen (2010) näkevät perinteisen kaavan muuttuvan. He näkevät yritysten kasvavana trendinä vastuullisuuden vaatimuksen, joka kumoaa aikaisemman vanhanaikaisen ajattelun, jossa resurssi on rajattomasti, kasvu on rajatonta ja ratkaisut syntyvät puhtaasti teknologiasta.

Suomessa joulukuussa 2016 hyväksytty kirjanpitolain muutos velvoittaa tiettyjä yhtiöitä raportoimaan yhteiskuntavastuustaan. Näitä ovat suuret ja yleisen edun kannalta merkittävät yhtiöt, mikä tarkoittaa käytännössä listayhtiöitä, vakuutusyhtiöitä sekä luottolaitoksia, joilla on tilikauden aikana keskimäärin yli 500 työntekijää. Tämän lisäksi yhtiön liikevaihdon tulee olla yli 40 miljoonaa euroa tai taseen loppusumman 20 miljoonaa euroa. Selvitykset vastuullisuudesta tulee antaa ensimmäisen kerran vuoden 2017 tilikaudelta. Lainsäädännön muutos pohjautuu EU:n direktiiviin, joka edellyttää yleisen edun kannalta merkittävien yritysten kertovan toimilinjostaan, jotka koskevat ympäristöä, työntekijöitä, sosiaalisia asioita, ihmisoikeuksia sekä korruption ja lahjonnan torjuntaa. Näiden lisäksi yhtiön on myös kerrottava liiketoimintamallistaan sekä toimilinjoihinsa liittyvistä riskeistä ja näiden riskien hallinnasta. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

1.4. Tutkimuksen kulku ja rakenne

Tutkimuksen esikuva-artikkeli on Carmelo Reverten (2009) ”*Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*”. Reverten (2009) artikkeli selvittää, vaikuttavatko yrityksen ja toimialan ominaisuudet yritysvastuuraportoinnin käytäntöihin espanjalaisissa pörssiyhtiöissä. Päätaivaitteena Reverten (2009) tutkimuksessa on selvittää, aiheuttavatko tietyt Espanjan piirteet, kuten pääomamarkkinat ja yritysten rahoitusrakenne, merkittäviä eroja yritysvastuuraportoinnin käytäntöihin verrattaessa espanjalaisia yrityksiä muissa liiketoimintaympäristöissä toimiviin yrityksiin. Tässä tutkimuksessa tutkitaan suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraportointiin vaikuttavia tekijöitä.

Tutkimuksen teoriaosassa, eli luvuissa 1-3, käydään läpi tärkeimpiä yritysvastuun kirjallisuudessa esiintyviä teorioita sekä tekijöitä, joilla on tutkimuksissa todettu olevan yhteys yritysten vastuullisuusraportointiin. Teoriaosa päättyy aiheesta aikaisemmin tehtyihin tutkimuksiin, joista johdetaan hypoteesit jokaiselta vastuullisuuden osa-alueelta.

Tutkimuksen empiriaosassa, eli luvuissa 4-6, testataan asetetut hypoteesit lineaarisella regressioanalyysillä. Empiriaosio alkaa tutkimuksen aineiston esittelyllä, jossa kerrotaan esimerkiksi aineiston käsittelystä ja kuvaillaan tutkimuksen muuttujat ja menetelmät. Tämän jälkeen testataan asetetut hypoteesit ja käsitellään tutkimuksen tulokset. Yhteenvedossa tiivistetään koko tutkimus sekä tulosten yhteys käytäntöön, minkä jälkeen kerrotaan aiheen jatkotutkimusmahdollisuuksista.

2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä luvussa esitellään yritysvastuuraportoinnin multiteoreettinen viitekehys mukaillen Reverten (2009) artikkelia. Huolimatta yritys vastuun saamasta kasvaneesta huomiosta, kokonaisvaltainen viitekehys yritys vastuuraportointiin liittyvistä tekijöistä on yhä monimutkainen. Kokemusperäiset havainnot yritys vastuukäytännöistä ovat luoneet moninaisen rungon kirjallisuudelle, joka kytkeytyy erilaisiin näkökulmiin yritys vastuuraportoinnista.

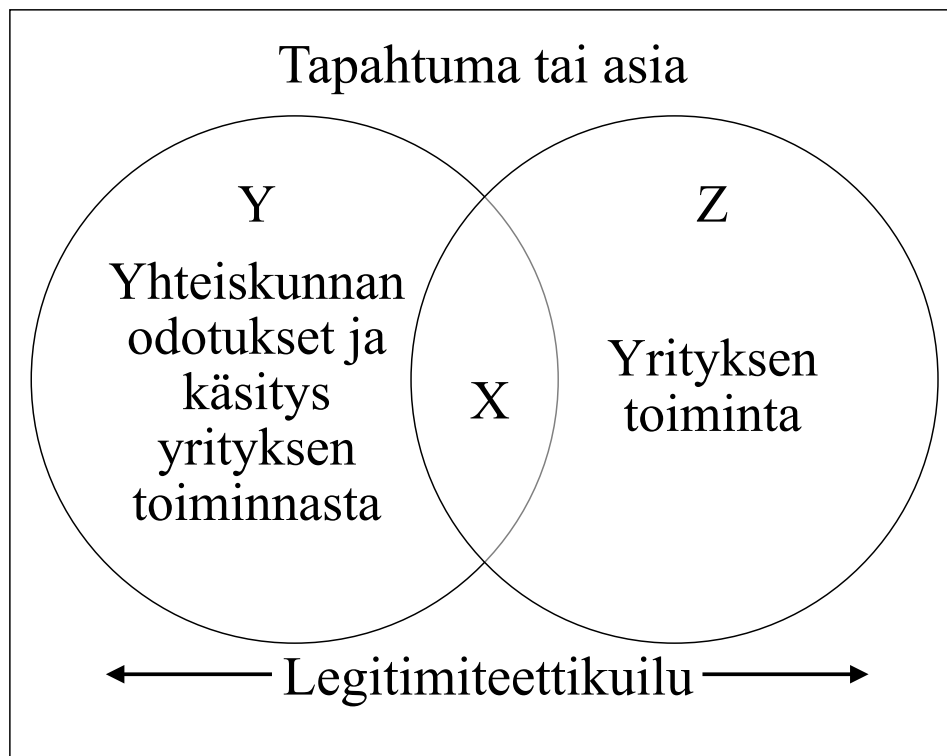
Yritys vastuun pääteorioita ovat muun muassa legitimizeetti-, sidosryhmä- sekä media-agendateoria, joita tässä luvussa käsitellään tarkemmin. Yhteiskunnallinen viitekehys on tärkeä vastuullisuusteoriaa käytäntöön sovellettaessa, minkä takia tämän tutkimuksen tuloksia verrataan lopulta tässä luvussa esiteltyyn yritys vastuun teoreettiseen viitekehykseen.

2.1. Legitimiteettiteoria

Legitimiteettiteoria odottaa, että organisaatiot pyrkivät jatkuvasti varmistamaan toimivansa oman yhteiskunnan rajojen ja normien mukaisesti. Nämä rajat eivät ole pysyviä, vaan ne muuttuvat ajan kuluessa ja vaativat siksi yrityksiltä herkkää reagointia. (esim. Brown & Deegan 1998; Chan, Watson & Woodliff 2014.) Koko ajan kehittyvässä yhteiskunnassa vallan lähteet tai asiakkaiden tarpeet eivät ole pysyviä, minkä takia organisaation täytyy jatkuvasti lunastaa olemassaolon oikeutuksensa ja merkityksensä yhteiskunnassa. Organisaation täytyy osoittaa, että yhteiskunta tarvitsee sen tarjoamia palveluita ja palveluista hyötyvällä joukolla on yhteiskunnan hyväksyntä. (Shocker & Sethi 1973: 97.) Tavallaan yritysten ja toimijoiden, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa, välillä on sopimus. Yrityksen odotetaan toimivan sopimuksen ehtojen mukaisesti, mikä saattaa olla vaikeaa, koska julkituodut ja epäsuorat ehdot eivät ole muuttumattomia. (Brown ym. 1998: 22.) Chan ym. (2014) mukaan johtajien tulee luoda korvaava strategia välittömästi, mikäli he huomaavat organisaation toiminnan olevan ristiriidassa sopimuksen ehtojen kanssa.

Yrityksen olemassaolo on uhattuna, mikäli yhteiskunta pitää yrityksen toimintaa sopimuksen vastaisena. Kun yhteiskunta kokee, ettei yritys toimi hyväksyttävällä ja oikeutetulla tavalla, yhteiskunta kumoaa yrityksen oikeutuksen jatkaa toimintaansa kyseisellä tavalla. (Deegan 2002: 293.) Konkreettisia toimia saattavat olla esimerkiksi yrityksen tuotteiden boikotointi, työntekijöiden lakot tai sijoittajien vetäytyminen (Chan ym. 2013: 60). Legitimiteettiteoria siis sisältää ajatuksen, että organisaatioita tullaan rankaisemaan, mikäli ne eivät toimi yhteiskunnan odotusten mukaisesti (Brown ym. 1998: 22). Saattaa myös olla, ettei yritys saavuta liiketoimintaympäristössään oikeutusta, koska yhteiskunnan odotukset ovat muuttuneet, minkä takia ennen hyväksytty toiminta ei ole enää hyväksyttävää. Jos yritys ei muuta toimintaansa, sen pitää ainakin selittää, miksei sen mielestä muutos ole välttämätön. (Deegan, Rankin & Tobin 2002: 319-320.) Joskus tietyt tapahtumat ovat saattaneet vaikuttaa vahingollisesti yrityksen maineeseen ja legitimiteettiin tai koko toimialaan, jolla yritys toimii (Patten 1992).

Kuvio 2 muodostuu Brownin & Deeganin (1998) näkökulmasta, jossa nykyistä tai mahdollista legitimiteettiä uhkaavat tekijät saavat alkunsa negatiivisista mielle yhtymistä yrityksen ja tietyn asian tai tapahtuman välillä. O'Donovan (2002) kuviota mukaillen X kuviossa kuvastaa yhtäläisyyksiä yrityksen toiminnan ja yhteiskunnan odotusten välillä. Alueet Y ja Z kuvastavat ristiriitoja yrityksen toiminnan ja yhteiskunnan näkemyksen välillä siitä, mitä yrityksen toiminnan tulisi olla. Nämä alueet ovat legitimiteettikuiluja, ja niiden vähentämiseksi yrityksen tulee omaksua legitimiteettistrategioita sekä lähestymistapoja raportointiin, jotta se ei menettäisi olemassaolon turvaavaa legitimiteettiä. Sethin (1978) mukaan strategioita legitimiteettikuilun kaventamiseksi on kolme. Ensimmäisessä yrityksen toimintaa ei muuteta, vaan yleistä käsitystä yrityksen toiminnasta pyritään muuttamaan informaatiota ja koulutusta lisäämällä. Toista strategiaa käytetään, mikäli yleistä käsitystä ei ole mahdollista muuttaa. Siinä muutetaan vertauskuvia, joilla yrityksen toimintaa kuvataan, millä pyritään saamaan kuva yrityksestä yhtenäiseksi yleisen käsityksen kanssa. Mikäli edelliset osoittautuvat toimimattomiksi, viimeinen vaihtoehto on toiminnan muuttaminen vastaamaan yhteiskunnan odotuksia niin lähelle kuin mahdollista. Neun, Warsamen & Pedwellin (1998) mukaan on tärkeää tunnistaa tapahtumat ja asiat, joita on mahdollista johtaa ja hallita, sekä sidosryhmät, jotka ovat kriittisiä näiden tapahtumien ja asioiden johtamisen kannalta.



Kuvio 2. Tapahtumien tai asioiden suhde yrityksen legitimeettiin. (Mukaillen O'Donovan 2002: 347; Sethi 1978.)

Deeganin (2002) mukaan yrityksillä, jotka pyrkivät kasvattamaan tai ylläpitämään saavutettua legitimeettiansa, on ylläkäyttö viestintästrategioita, joilla ne pyrkivät vaikuttamaan yhteiskunnan käsityksiin yrityksen toiminnasta. Chon & Pattenin (2007) sekä Chauveyn, Giordano-Springin, Chon & Pattenin (2015) mukaan jotkin yritykset käyttävät toisinaan vastuullisuutta välineenä yrityksen legitimeetin säilyttämiselle, mutta eivät aina. Pattenin (2002) ja Chon ym. (2007) mukaan tässä asiassa on tärkeää erottaa toisistaan lakisääteinen ja vapaaehtoinen raportointi. Lakisääteiset raportit ovat säännösten sekä ohjeistusten mukaisia ja niiden luonteen vuoksi ne kertovat vastuullisuusongelmista, joita yritys kohtaa. Tämän takia on epätodennäköistä, että yritys käyttäisi näitä lakisääteisiä raportteja keinona legitimeettinsä säilyttämiselle tai parantamiselle.

Kärjistettynä legitimizeettiteorian mukaan yrityksillä ei ole synnynnäistä oikeutta resursseihin, eikä oikeastaan oikeutta olemassaoloonkaan. Yritykset ovat olemassa sillä laajuudella kuin ympäröivä yhteiskunta kokee niiden olemassaolon oikeutetuksi. Tämän näkemyksen mukaan yhteiskunta myöntää yrityksen olemassaolon asteen. (Deegan 2002: 293.) Legitimizeettiteorian mukaan heikko suoritus ympäristöasioissa kasvattaa yrityksen uhkaa sosiaalisen oikeutuksen menettämisestä. Tämän takia on oletettavaa, että yritykset, joiden ympäristölle haitalliset teot ovat muita suuremmat, raportoivat vuosikertomuksissaan enemmän omasta ympäristösuoriutumisestaan. Legitimizeettiteorian perusajatus vastuullisuuskysymyksissä on, että huonommin suoriutuvilta yrityksiltä odotetaan muita kattavampaa hyvitystä yrityksen vuosikertomuksissa. Antamalla enemmän tietoa toiminnastaan yritykset pyrkivät pienentämään uhkaa toiminnan ja olemassaolon oikeutuksen menettämisestä. (Patten 2002; Cho ym. 2007.)

2.2. Media-agendateoria

Kuten Brown ym. (1998) selittävät, media-agendateoria perustuu media-agendan ja yhteiskunnan yleisen agendan väliseen suhteeseen. Media-agendalla tarkoitetaan tietyn teeman saamaa painotusta mediassa, ja yleisellä agendalla näiden samojen teemojen keskeytystä ihmisten yleisessä mielipiteessä. Brownin ym. (1998) mukaan kasvanut mediahuomio johtaa kausaalisuhteen mukaisesti ihmisten kasvaneeseen huoleen median esiintämisestä teemasta. Tämän takia median ei voida nähdä peilaavan ihmisten tärkeinä pitämiä asioita, sillä se enemmänkin muokkaa ihmisten prioriteetteja ja täten media-agenda vaikuttaa yleiseen agendaan. Carrollin & McCombsin (2003) mukaan yritysten kasvanut läpinäkyvyys mediassa on merkittävä asia yrityksille, jotka pyrkivät hallitsemaan mainettaan ja vaikuttamaan siihen, miten asiakkaat ja muut sidosryhmät mieltävät yrityksen toiminnan.

Media-agendateorian mukaan ihminen ei opi lukemastaan lehtijutusta ainoastaan lehtijutun sisältöä, vaan myös sen, miten paljon media kiinnittää aiheeseen määrällisesti huomiota. Tämän lisäksi myös esimerkiksi jutun sijoittelulla on tärkeä rooli yleisen mielipiteen muokkaajana. Media-agendateorian mukaan asioiden asema uutisoinnissa vaikuttaa

kyseisten asioiden asemaan kansan mielissä. Media päättää esimerkiksi poliitikkojen kampanjan aikaisesta puheesta, mitkä ovat esille nostettavat aiheet ja teemat, joiden perusteella ihmiset muodostavat mielipiteensä kyseisistä poliitikoista. Vaikka teoriaa on pääasiassa hyödynnetty poliittiseen viestintään, se sopii yhtä hyvin yritysviestinnän maailmaan. (McCombs & Shaw 1972; Carroll ym. 2003: 36).

Media-agendateoria voidaan jakaa kahteen eri tasoon. Ensimmäisessä tasossa väitetään, että media vaikuttaa siihen, mitkä aiheet ovat ihmisten mielissä. Tämän ajatuksen mukaan massamedian uutisointi ei välttämättä vastaa todellisuutta, vaan luo oman todellisuutensa, sillä mitä enemmän aiheesta uutisoidaan massamediassa, sitä tärkeämmäksi se muodostuu ihmisten mielissä. Toisen tason mukaan media voi vaikuttaa siihen, miten ihmiset ajattelevat näistä aiheista. Korostamalla aiheen tiettyjä puolia ja väheksymällä tai sivuuttamalla tiettyjä puolia media voi teorian mukaan vaikuttaa siihen, miten ihmiset muistavat ja ymmärtävät uutiset. (Weaver 1984; Grafström & Windell 2011.) Höllererin (2013) mukaan maailmanlaajuinen uutisointi tietystä aiheesta vaikuttaa positiivisesti yritysten sitoutumiseen kyseiseen aiheeseen.

Grafströmin ym. (2011) mukaan asiat, joita yritykset eivät kerro sekä asiat, joita pidetään monimutkaisina selittää ja raportoida, jäävät pois median agendasta. Näitä monimutkaisia asioita ovat esimerkiksi toimitusketjujen hallinta, ihmisoikeusrikkomukset, hiilipäästöjen vähentäminen sekä korruptio. Toisin sanoen media yhdistää tietyt asiat yritysten velvollisuuksiksi, mutta osa asioista jää yhdistämättä. Rajoittamalla kokonaiskuvan laajuutta media sumentaa ihmisten käsitystä vastuullisuudesta. Suorasukainen vastuullisuuden kuvaaminen mediassa kulkee käsi kädessä median yleisen toimintatavan kanssa – helposti kerrottavat asiat, jotka sisältävät selkeitä mielipiteitä ja perusteluita, ovat taipuvaisia dominoimaan monimutkaiset ja vaikeatajuiset aiheet. Näin ollen media ei tarjoa merkittäväällä laajuudella syvällistä ja vastavuoroista keskustelua vastuullisuuden laajemmista teemoista, kuten yritysten roolista yhteiskunnassa tai yritysten velvollisuuksista yhteiskunnan vastuullisina jäseninä.

Grümberg ja Pallas (2013) tutkivat, miten yritysten työntekijät vaikuttivat ja osallistuivat yritykseen liittyvien uutisten tuottamiseen vuosineljänneksen tulosten julkaisemisen yhteydessä. Tutkimuksessa tultiin lopputulokseen, että yritysten osallistuessa prosessiin uutisointi aiheesta kehittyi verrattuna perinteisen uutisorganisaation tekemään uutisointiin, koska yrityksille annettiin mahdollisuus aktiivisesti osallistua uutisten tekoon sekä lopputulokseen. Pohjimmillaan yrityksiin liittyvien uutisten tuottaminen on ulkoisista lähteistä saadun uutismateriaalin uudelleenkiertoa.

2.3. Sidosryhmäteoria

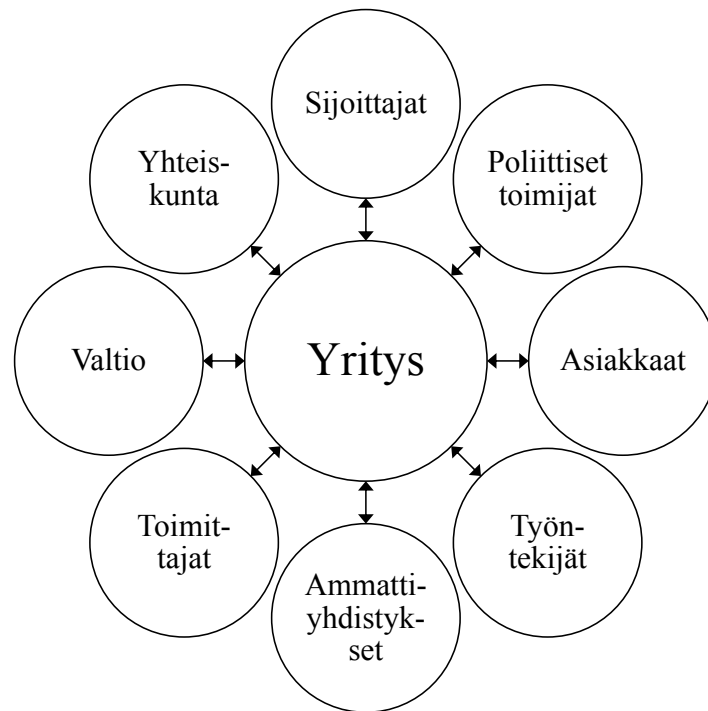
Freeman & Reed (1983) kuvaavat sidosryhmäteoriaa todella yksinkertaiseksi. Teorian perusajatus on, että yrityksellä on osakkeenomistajien rinnalla muitakin ryhmiä, joille se on vastuussa teoistaan. Lista sidosryhmistä on alun perin sisältänyt osakkeenomistajat, työntekijät, asiakkaat, tavarantoimittajat, luottottajat sekä yhteiskunnan. Freeman (1984) määrittelee sidosryhmän miksi tahansa ryhmäksi tai yksilöksi, joka voi vaikuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamiseen tai johon yrityksen tavoitteiden saavuttaminen voi vaikuttaa. Yritykset aiheuttavat ulkoisvaikutuksia, jotka vaikuttavat moniin yrityksen ulkopuolella ja sisällä oleviin osapuoliin. Sidosryhmät aiheuttavat yrityksille paineen vähentää negatiivisia ulkoisvaikutuksia ja lisätä positiivisia.

Sidosryhmäteoria kuvastaa yritys vastuun näkökulmasta vastuullisuuden sisällyttämistä yrityksen pitkän aikavälin suunnitteluun. Tässä teoriassa pyritään kehittämään yritysstrategia, joka kohtaisi kaikkien yrityksen tärkeimpien sidosryhmien intressit. (Parker 2005: 845-846.) Mitchellin ym. (1997) mukaan sidosryhmäteorian näkökulma vastuullisuuteen on, että vastuullisuus saattaa hyödyttää yritystä taloudellisesti, koska eri sidosryhmät saattavat palkita yritystä sen vastuullisuuden edistämiseksi tekemistä toimenpiteistä. Taloudellista hyötyä vastuullisesta toiminnasta on kuitenkin odotettavissa vain sillä laajuudella, jolla sidosryhmät arvostavat yrityksen vastuullisuutta.

Donaldsonin & Prestonin (1995) tutkimuksen tarkoituksena on osoittaa sidosryhmäteoriaa kuvaavia eroja, ongelmia ja päätelmiä sekä selvittää sen keskeistä sisältöä ja tarkoitusta. Heidän mukaan sidosryhmäteoria on yleinen ja kokonaisvaltainen, mutta se ei ole sisällötön – sidosryhmäteoria on enemmän kuin toteamus yrityksen sidosryhmien olemassaolosta. Sidosryhmäteoriaa on esitetty ja käytetty useilla tavoilla, jotka eroavat paljon toisistaan. Tavat sisältävät eri metodeja ja arviointikriteerejä. Donaldsonin ym. (1995) tutkimuksessa on eritelty kolme tapaa: kuvaileva/empiirinen, instrumentaalinen ja normatiivinen. Jako näihin kolmeen osioon on Freemanin (1999) mukaan tieteen filosofialle tyypillinen. Kuvailevassa tavassa kerrotaan, millainen todellinen maailma on, normatiivinen tapa määrittelee, miten maailman pitäisi olla ja instrumentaalinen näkökulma yhdistää tarkoitukset ja päämäärät.

Sidosryhmäteoriassa korostetaan yrityksen ja sen sidosryhmien suhdetta yrityksen hyvän hallinnointitavan ja strategisen johtamisen kannalta, koska yrityksen ja sidosryhmien välillä suhteilla saattaa olla merkittäviä vaikutuksia yrityksen kykyyn luoda lisäarvoa (Faleye & Trahan 2010: 1). Freeman (1999) sanoo, että tehokkaat organisaatiot kiinnittävät huomiota kaikkiin sellaisiin sidosryhmäsuhteisiin, jotka vaikuttavat yrityksen tavoitteiden saavuttamiseen tai joihin yrityksen tavoitteiden saavuttaminen vaikuttaa. Sidosryhmän vaatimukset huomioidaan, mikäli sidosryhmän hallitsevat resurssit ovat kriittisiä yrityksen menestyksen ja toiminnan jatkuvuuden kannalta.

Sidosryhmäteorian käsityksessä yritys ei ainoastaan vastaanota panoksia toimittajilta, sijoittajilta ja työntekijöiltä, joita se muuttaisi suoritteiksi asiakkaille, vaan yrityksen ja sidosryhmien suhde on vastavuoroinen. Sidosryhmäteoriassa sidosryhmiä ei aseteta tärkeysjärjestykseen, sillä kaikki yrityksen toimintaan osallistuvat henkilöt ja ryhmät toimivat yrityksen kanssa saadakseen hyötyä itselleen. Kuviossa 3 kaikki sidosryhmät on esitetty samankokoisina ja -muotoisina ja lisäksi niiden etäisyys yrityksestä on sama sidosryhmien yhdenvertaisuuden vuoksi. (Donaldson ym. 1995: 68-69.)



Kuvio 3. Yritys sidosryhmäteorian näkökulmasta. (Mukaillen Donaldson & Preston, 1995.)

Mitchellin, Aglen & Woodin (1997) mukaan yritys huomioi ja priorisoi sidosryhmiensä tarpeita erityisesti kolmen piirteen mukaan. Näitä piirteitä ovat sidosryhmän valta, legitimitetti ja kiireellisyys. Valtaa pidetään aikaisemmissakin tutkimuksissa tärkeimpänä, koska sidosryhmän koko ja merkitys suhteessa yritykseen on aina merkittävää (esim. Simon 1947; Ocasio 1997). Mitchell ym. (1997) tarkoittavat legitimitetillä odotusta, että yrityksen toiminta on suotavaa, asianomaista ja soveliasta, minkä lisäksi yrityksen odotetaan toimivan yhteiskunnan normijärjestelmän mukaisesti. Kiireellisyydellä tarkoitetaan valmiutta, jolla sidosryhmän vaatimuksiin tulisi vastata. Lyhyttä aikajännettä edustava kiireellisyys vaatii yritykseltä resursseja, sillä mahdollisuus reagoida menee nopeasti ohi, mikäli yritys ei toimi välittömästi.

Perinteinen talousraportointi keskittyy täyttämään pääasiassa osakkeenomistajien tiedonhalun, kun taas vastuullisuusraportoinnilla pyritään tarjoamaan informaatiota laajem-

malle yleisölle. Vastuullisuusraportoinnilla pyritään tarjoamaan laajemmalle sidosryhmäjoukolle vastauksia siitä, miten yritys on hoitanut yhteiskunnalliset velvollisuutensa. Voidaan olettaa, että suuri joukko vaikutusvaltaisia sidosryhmiä lisää painetta raportoida yrityksen menettelytavoista, millä taas on vaikutus yrityksen legitimeettiin. (Campbell 2003; Hahn & Kühnen 2013.) Kilian & Hennigs (2014) havaitsivat tutkimuksessaan vastuullisuusraportoinnin merkityksen kasvaneen osana kaikkien sidosryhmien ja yrityksen välistä keskustelua.

Harrisonin & Smithin (2015) mielestä yritysvastuuraportoinnin lainsäädäntöä tulisi kehittää. Moserin & Martinin (2012) mielestä perinteistä osakkeenomistajakeskeistä näkökulmaa tulisi laajentaa, jotta relevantti tieto saataisiin asianmukaisesti levitettyä sijoittajia ja luotonantajia kattavammalle ryhmälle. Harrison ym. (2015) odottavat laskentatoimen ammattikunnan vakiinnuttavan ei-taloudellisen raportoinnin samanlaiseksi kuin taloudellinen raportointi on vakiinnutettu. Tämä onnistuu yhtenäistämällä lainsäädäntöä ja kehittämällä raporttien tarkastusprosesseja. Jos yrityksen arvonluontia tarkastellaan laajemmin, huomataan suuren osan yrityksen luomasta arvosta olevan ei-taloudellista (Harrison & Wicks 2013: 98). Tämänkin takia on loogista, että yritysten tulisi mitata ja raportoida enemmän myös ei-taloudellisesta suoriutumisesta arvonluontiprosessissaan (Harrison 2015: 937). Vaikka taloudelliset tuotot ovat olennaisia sijoittajille ja luotonantajille, Harrisonin ym. (2013) mukaan keskittyminen ei-taloudellisiin asioihin saattaa olla kriittinen tekijä selitettäessä, miksi yritykset menestyvät pitkällä aikavälillä. Vastuulliset toimenpiteet saattavat selittää, mikä on vetänyt sidosryhmiä puoleensa ja kertoa siitä, mitä yritys on valmis tekemään sidosryhmiensä eteen.

Pelkkiin osakkeenomistajiin keskittyvässä näkökulmassa on puutteita. Vaikka monet johtajat ovat omaksuneet osakkeenomistajia laajemman lähestymistavan sidosryhmiin, yritysten päätavoite on edelleen maksimoida voitto, mutta tämän lisäksi nykyään huomioidaan myös eettinen ja vastuullinen näkökulma. (Gulati, Mayo, Nohria 2014: 92.) Harrison ym. (2015) huomauttavat, että yrityksen olemassaolon perustuessa ainoastaan osakkeenomistajien varallisuuden kasvattamiseen, raportoinnin keskittyminen taloudellisiin asioihin saattaa olla oikeutettua. Osakkeenomistajien etusijalle laittaminen on Freemanin,

Harrisonin, Wicksin, Parmarin & Collen (2010: 11) mielestä ironista, sillä yksistään osakkeenomistajien varallisuuden maksimoimiseen keskittymällä varallisuuden maksimoiminen epäonnistuu todennäköisesti. Varallisuuden maksimoimiseen keskittyminen on haitallista, sillä se vie huomion pois todellista arvoa tuottavista asioista eli suhteista sidosryhmiin.

Sidosryhmäteoriaa käytettäessä tulee huomioida yrityksen liiketoimintaympäristö. Esimerkiksi Pohjois-Amerikassa osakkeenomistajilla on verrattain suuri rooli omistamissaan yrityksissä, toisin kuin työntekijöillä, joilla ei ole paljon sanavaltaa heikon järjestäytymisasteen vuoksi. Tilanne on vastakkainen Euroopassa, jossa osakkeenomistajilla on vähemmän vaikutusvaltaa ja työntekijöillä enemmän. (Crook 1993.) Ferri, Pedrini & Pilato (2016) saivat tutkimuksessaan tuloksen, että Euroopassa yritykset kiinnittävät muita liiketoimintaympäristöjä enemmän huomiota strategisiin asioihin tyydyttääkseen paremmin sidosryhmien tarpeita sekä parantaakseen asemaansa yhteiskunnassa. On kuitenkin tärkeää huomioida, ettei eurooppalainenkaan liiketoimintaympäristö ole homogeeninen (Albareda, Lozano & Ysa 2007).

3. AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET JA HYPOTEESEIT

Englanninkieliseltä termiltään *Social and Environmental Accounting* (SEA) eli vastuullisuuden liittyvän laskentatoimen yksi jatkuvista tutkimusaiheista on pyrkimys ymmärtää, onko yrityksen vastuullisuudella ja yrityksen ominaispiirteillä, kuten koolla, kannattavuudella tai toimialalla, yhteyttä toisiinsa (Chan, Watson & Woodliff 2013). Vaikka teoreettisia malleja on luotu paljon, spekuloidaan, että suurempien, kannattavampien sekä vastuullisuudessaan herkemmillä aloilla toimivien yritysten oletetaan raportoivan sosiaalisista ja ympäristöön liittyvistä asioista muita enemmän. (Gray ym. 2001: 328.) Seuraavaksi käydään läpi yritykseen liittyviä tekijöitä, joilla on aikaisemmissa tutkimuksissa todettu olevan yhteys yrityksen vastuullisuusraportointiin.

3.1. Yrityksen koko ja vastuullisuus

Fontanierin, Kolkin & Pinksen (2011) mukaan yrityksen koko on vastuullisuuden näkökulmasta merkittävä tekijä, sillä yrityksen toiminta ja toiminnan ympäristövaikutukset tulevat näkyvämmiksi yrityksen koon kasvaessa. Tämä pakottaa yritykset lisäämään vastuullisuusraportoinnin määrää. Hahn & Kühnen (2013) löysivät useita mittareita, joilla yrityksen kokoa on arvioitu tutkimuksissa. Näitä olivat esimerkiksi taseen loppusumma, osakevaihto, liikevaihto, työntekijöiden lukumäärä ja yrityksen markkina-arvo. Adams, Hill & Roberts (1998) tarkastelivat 150 vuosikertomusta kuudesta Euroopan maasta sisältöanalyysin avulla. Tutkimuksen tulos paljasti, että yrityksen koko, toimiala ja yrityksen kotipaikka vaikuttavat yritysraportoinnin tapaan. Hyvin suuret yritykset julkaisivat muita mieluummin kaikenlaista tietoa yrityksen sosiaaliseen vastuuseen liittyvistä asioista, kun taas pienet yritykset julkaisevat vähiten tietoa näihin asioihin liittyen. (Adams ym. 1998: 12.)

Hahnin ym. (2013: 14) mukaan aikaisemmissa tutkimuksissa on todettu yrityksen koolla olevan positiivinen riippuvuus vastuullisuusraportoinnin käyttöönottoon, laajuuteen ja laatuun. Tämä tukee ajatusta, että erityisesti suuret yritykset, jotka ovat tekemisissä mo-

ninaisten sidosryhmien kanssa, tuntevat tarvetta sitoutua vastuullisuusraportointiin turvataksaan oman legitimizeettinsä. Cho, Michelin, Patten & Roberts (2015) sekä Chauvey ym. (2015) toteavat, että vastuullisuusraportoinnin laajuuteen vaikuttaa legitimizeettitekijät, kuten yrityksen koko. Pattenin (2002) mukaan yrityksen koko ja toimialan herkkyyks ovat tekijät, joilla selitetään vastuullisuusraportoinnin eroja. Chon ym. (2015) tutkimuksen mukaan tämä asia ei ole muuttunut ajan kuluessa.

Udayasankarin (2008) valtavirrasta poikkeavan tutkimuksen mukaan hyvin pienet ja hyvin suuret yritykset ovat yhtä motivoituneita osallistumaan yritys vastuuseen. Tutkimuksen mukaan keskikokoisten yritysten motivaatio osallistumiseen on huonoin. Tämä tarkoittaa, että yrityksen koon ja yritys vastuutoimenpiteiden välillä on U-muotoinen riippuvuus. Tutkimus kumoaa väitteen, jonka mukaan pienet ja keskisuuret yritykset eivät sitoudu vastuullisuuteen vähäisen näkyvyyden, toiminnan mittakaavan ja rajallisten resursien takia. Myöskään Baumann-Paulyn, Wickertin, Spencen & Schererin (2013) tutkimuksen mukaan pienet yritykset eivät automaattisesti ole isoja yrityksiä huonompia vastuullisuusasioissa. Pienillä yrityksillä on useita ominaisuuksia, jotka edistävät vastuullisuuden toimeenpanoa osaksi yrityksen ydintoimintoja, mutta toisaalta myös tekijöitä, jotka rajoittavat ulkoista viestintää ja raportointia. Suurilla yrityksillä on vastakkaisesti paljon ulkoista raportointia tukevia ominaisuuksia ja vähemmän vastuullisuuden omaksumista helpottavia piirteitä. Matalan hierarkiatason ja organisaation yksinkertaisuuden takia pienten yritysten työntekijät tiesivät paremmin yrityksen vastuullisuusasioista. Tietoa oli erityisesti toimitusketjun kansainvälisistä yhtymäkohdista, kuten ihmisoikeusongelmista ja lapsityövoimasta.

Yllä olevien tutkimusten perusteella johdetaan tutkimuksen ensimmäinen hypoteesi.

H1: Yrityksen koon ja yritys vastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

3.2. Toimialan herkkyys ja vastuullisuus

Useat toimialan herkkyuden ja vastuullisuuden välistä yhteyttä tutkivat tutkimukset päätyvät lopputulokseen, että herkällä toimialalla toimivat yritykset raportoivat enemmän vastuullisuudestaan (esim. Adams, Hill & Roberts 1998; Patten 2002; Kilian ym. 2014; Cho ym. 2007). Aikaisemmissa tutkimuksissa yrityksen toimiala yhdistettynä yrityksen kokoon on ollut merkittävimpiä selittäviä tekijöitä yrityksen vastuullisuusraportoinnin laajuudessa. Yritykset, joiden tuotantoprosessiin kuuluu negatiivinen vaikutus ympäristöön, tekevät ympäristötekoja ja raportoivat muita toimialoja enemmän. (Adams ym. 1998: 15.) Erot toimialojen välillä eivät ole yllättäviä, sillä joillekin aloille ympäristöraportointi on relevantimpaa. Mitä suuremmat sosiaaliset riskit ja ympäristöriskit yrityksen toimialalla on, sitä enemmän se raportoi. (Patten 2002: 772.)

Riskisemmillä toimialoilla toimivat yritykset raportoivat vastuullisuudestaan muita toimialoja enemmän. Tämä Kilianin ym. (2014) tutkimustulos tukee legitimizeettiteorian näkemystä, jonka mukaan yritykset, joilla on suurempi vaikutus ekologisiin ja sosiaalisiin asioihin, raportoivat yritysvastuustaan enemmän täyttääkseen sidosryhmien korkeat odotukset. Epäselvää on, ovatko korkean riskin toimialoilla toimivat yritykset syvästi sitoutuneita vastuullisuusraportointiin vai tekevätkö ne sen viherpesutarkoituksessa.

Myös Cho ym. (2007) saivat tutkimuksessaan tuloksen, että herkällä toimialalla toimivat yritykset raportoivat enemmän vastuullisuusasioistaan. Patten (2002) sai tutkimuksessaan vastakkaisen tuloksen vapaaehtoisen yritysvastuuraportoinnin osalta. Hänen mukaansa yritykset, jotka eivät toimi herkällä toimialalla, julkaisevat enemmän lisätietoja ympäristövastuustaan kuin herkällä toimialalla toimivat. Selitys tälle epäjohdonmukaiselle riippuvuudelle ympäristösuoriutumisen ja -raportoinnin välillä saattaa olla se, että herkällä alalla toimivat yritykset joutuvat enemmän tekemisiin yrityksen sosiaalisen ja poliittisen ympäristön kanssa riskitekijänsä vuoksi. Tästä johtuu, ettei riskisellä toimialalla toimivalla yrityksellä ole antaa samaa määrää vapaaehtoista tietoa suoriutumisestaan kuin riskittömällä toimialalla toimivalla, jolle kaikki julkaistava tieto on vapaaehtoista.

Kilianin ym. (2014) mukaan kiistanalaisilla toimialoilla toimivat yritykset viestivät enemmän yritys vastuustaan kuin vähemmän ongelmallisilla aloilla toimivat yritykset. Kilian ym. (2014) jakavat kiistanalaiset toimialat kahteen ryhmään. Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat yritykset, jotka ovat kiistanalaisia myymiensä tuotteiden takia. Näitä ovat esimerkiksi tupakka, aseet, alkoholi sekä terveyteen tai seksiin liittyvät tuotteet. Ensimmäisen ryhmän tuotteet ovat erityisen haitallisia yhteiskunnan haavoittuville ryhmille, kuten nuorille (Cook, Wayne, Keithly & Connolly 2003). Toisen ryhmän luonnehtiminen on vaikeampaa, ja näitä yrityksiä ei kohdella tutkijoiden suunnalta yhtä jyrkästi kuin ensimmäisen ryhmän yrityksiä, joiden haitalliset vaikutukset ovat kiistattomia. Toiseen ryhmään kuuluvia toimialoja ovat esimerkiksi lääke-, öljy- ja terästeollisuus, luonnonvara-toimialat sekä liikenne. Näillä toimialoilla kiistanalaisuus voi vaihdella eri tuotteiden ja toimintojen välillä. (Kilian ym. 2014: 81-82.)

Joillakin toimialoilla yritykset raportoivat, jotta sijoittajat saisivat haluamaansa tietoa yrityksen mahdollisesta korkean riskin toimista. Tiukemman sääntelyn toimialoilla toimivat yritykset saattavat kokea velvollisuudekseen vakuutella nykyisille ja mahdollisesti tulevillekin sijoittajille, että kaikki on hyvin. (Hackston & Milne 1996: 102.) Yritykset, jotka toimivat aloilla, joilla on suuri vaikutus ympäristöön ja sosiaalisiin asioihin, ovat alttiimpia ympäristöriskeille ja sosiaalisille riskeille. Suurempien riskien takia näillä yrityksillä on tarve hallita riskejä ostamalla varmennuspalveluita vastuullisuusraporteille. Yritysvastuuraporttien varmentaminen lisää sidosryhmien luottamusta yritystä ja raporttien antamaa kuvaa kohtaan. (Simnett, Vanstraelen & Chua 2009: 943.)

Yritykset yrittävät välttää suurten ja huomattavien vaikutusten aiheuttamista ympäristölle ja yhteiskunnalle. Tekemällä näin ne pyrkivät välttämään ympäristö- tai yhteiskunta-aktivistien suunnalta tulevan paineen. Toimialan riskisyys voi kuvastaa, miten paljon potentiaalista uhkaa yritykset kokevat aktivistien tarkkailun alla. (Hackston ym. 1996: 102.) Kilianin ym. (2014) mukaan mitä kiistanalaisemmalla toimialalla yritys toimii, sitä enemmän se raportoi vastuullisuudestaan. Tätä eroa voidaan heidän mukaansa selittää yritysten huonolla maineella, mahdollisesti ympäristöä vahingoittavalla toiminnalla ja tarpeella osoittaa toiminnan olevan vastuullista yhteiskuntaa kohtaan. Tutkimus vahvistaa Dyen ja

Sridharin (1995) tuloksen siitä, että yritykset raportoivat asioista, jotka ovat yhdenmukaisia toimialan piirteiden kanssa. Raportoitavat asiat ovat usein suunnattuja yrityksen tärkeimmille sidosryhmille, joita nämä toimialakohtaiset erikoispiirteet koskevat.

Pattenin (2002) mukaan ympäristöön liittyvää vastuullisuusraportointia ei voida pitää yhtä luotettavana, mikäli raportoiva yritys kuuluu toimialalle, jolla on korkea ympäristöön liittyvä riski ja negatiivinen vaikutus ympäristöön. Hackstonin ym. (1996) mukaan korkean riskin toimialalla toimiminen saattaa vaikuttaa yrityksen kohteluun mediassa. Toimittajat saattavat helpommin tulkita riskisellä toimialalla toimivan yrityksen positiiviset raportit viherpesuksi, eivätkä he siksi ota näitä raportteja tosissaan.

Yllä oleviin tutkimuksiin perustuen johdetaan tutkimuksen toinen hypoteesi. Tämä hypoteesi kuvaa GRI-raportointiohjeistuksen jaottelun mukaisesti vastuullisuuden ympäristöasioihin liittyvää osa-aluetta.

H2: Toimialan herkkyyden ja yritys vastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

3.3. Kannattavuus ja vastuullisuus

Reverten (2009) mukaan aikaisemmat tutkimukset yrityksen vastuullisuuden ja yrityksen kannattavuuden välisestä yhteydestä osoittavat, että kannattavat yritykset haluavat näyttää vastuullisuusraporteillaan, että yrityksen voittoa ei ole saavutettu ympäristön kustannuksella. Vastaavasti suhteellisesti kannattamattomina aikoina yritykset antavat vastuullisuusraporteillaan informaatiota, joka auttaa yrityksen taloudesta kiinnostuneita sidosryhmiä ymmärtämään vastuullisuustoimenpiteiden tuottavan pitkällä aikavälillä kilpailuetua yritykselle. Hahnin ym. (2013) mukaan kannattavuudesta kertovia mittareita ovat esimerkiksi markkinatuotto, pääoman tuotto prosentti sekä oman pääoman tuotto prosentti.

Aikaisemmat tutkimukset yrityksen kannattavuuden ja ei-taloudellisten raporttien yhteydestä ovat ristiriitaisia. Selvää kuitenkin on, että yrityksen kasvaneella kannattavuudella on suora vaikutus yrityksen vastuullisuusraportoinnin laajuuteen. (Skouloudis, Jones,

Malesios & Evangelinos 2014: 177.) Myös Boesson, Kumarin & Michelon (2013) mukaan yritykset voivat parantaa tulostaan vastaamalla sidosryhmien huoleen yrityksen vastuullisuudesta ja käyttäytymällä vastuullisesti. Tämä toteamus on ollut pohjana useille tutkimuksille, joissa on tutkittu yrityksen vastuullisuuden verrannollisuutta yrityksen suorituskykyyn.

Belkaouin ja Karpikin (1989) mukaan yrityksen kannattavuuden ja vastuullisuuden yhteys selittyy johtajuudella. Jos johtajilla on ammattitaitoa pitää yritys kannattavana, he ymmärtävät myös vastuullisuuden merkityksen yrityksen toiminnalle. Ymmärrys aiheen tärkeydestä saa johtajat tekemään asioita, jotka tekevät yrityksen toiminnasta muita vastuullisempaa. Hackstonin ym. (1996) mainitsema perustavin selitys kannattavuuden ja vastuullisuusraportoinnin yhteyteen on se, että kannattavilla yrityksillä on taloudellisesti edellytyksiä keskittää johtamisen resursseja yrityksen vastuullisuuden edistämiseen. Huonossa taloudellisessa tilassa olevat yritykset keskittävät voimansa talouden tervehdyttämiseen, joka on liiketoiminnan jatkumisen kannalta ensisijaisen tärkeää.

Yllä olevaan tutkimukseen perustuen johdetaan tutkimuksen kolmas hypoteesi. Tämä hypoteesi kuvaa GRI-raportointiohjeistuksen jaottelun mukaisesti vastuullisuuden taloudellista osa-aluetta.

H3: Yrityksen kannattavuuden ja yritysvastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

3.4. Medianäkyvyys ja vastuullisuus

Näkyvät yritykset voivat saavuttaa näkymättömiä yrityksiä enemmän hyötyä yhteiskunta- ja ympäristövastuulla. Toisaalta näkyvillä yrityksillä on myös suurempi todennäköisyys kärsiä mainehaitoista, mikäli yritys vastuuseen liittyvät eivät ole asianmukaisesti hoidettu. (Udayasankar 2007.) Yritykset, jotka onnistuvat viestimään tehokkaasti eri sidosryhmille sitoutumisestaan ympäristö- ja yhteiskuntavastuullisuuteen, saavuttavat enemmän taloudellista hyötyä yrityksen ympäristö- ja yhteiskuntavastuutoimenpiteiden ollessa hyvällä

tasolla (Schreck 2011: 173). Yritykset käyttävät yritysviestintää hallitakseen ympäristöasioidensa oikeutusta näyttämällä tärkeille sidosryhmille, että yrityksen toiminta on soveliasta ja toivottavaa. Yritykset julkaisevat tietoa vastuullisuudestaan vuosikertomuksissa sekä erillisissä tiedotteissa. On tärkeää, että julkaistava tieto on linjassa ympäristön odotusten kanssa ja tiedon sisältöä sekä laajuutta mukautetaan tarvittaessa vastaamaan ympäristön vaatimuksia. (Aerts & Cormier 2009: 1.)

Lehdistötiedotteet ovat yksi tavallisimmista yritysten käyttämistä viestintäkanavista vapaaehtoisen tiedon levittämiseen. Vapaaehtoiset raportit ja tiedotteet eroavat vuosikertomusten kerronnasta tarjoamalla vuosikertomuksia runsaammin tietoa. (Aerts ym. 2009: 6.) Vuosiraportteja rikkaampi ilmaisu vapaaehtoisissa raporteissa herättää enemmän huomiota, parantaa yrityksen asemaa ja muuttaa vaikutelmaa yrityksestä. Tärkeää viestinnän hyvyyden kannalta on sen oikea-aikainen julkaisu, kielen moninaisuus ja ajankohtainen sisältö. (Draft & Lengel 1986.)

Brownin & Deeganin (1998: 21) tutkimus muodostaa hypoteesinsa aikaisempien tutkimusten varaan, joissa on todistettu, että media voi tehokkaasti edistää yhteiskunnan huolta tietyn organisaation ympäristösuorituskyvystä. Kun huoli asiasta on herännyt, organisaatiot vastaavat siihen raportoimalla tarkemmin ympäristöasioistaan vuosikertomuksissaan. Nämä ajatukset yhdistävät media-agendateorian ja legitimeettiteorian piirteitä, joiden varaan Brownin ym. (1998) tutkimus perustuu. Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia tietyn toimialan ympäristöasioiden saaman medianäkyvyyden ja toimialan ympäristöraportoinnin välistä riippuvuutta. Tarkemmin tutkimus tutkii, reagoiko yrityksen johto toimialan medianäkyvyyden muutoksiin. Medianäkyvyyden muutosta verrataan esimerkiksi vuosikertomuksen yhteydessä olevan vastuuraportoinnin laajuuden muutokseen. Tutkimuksen tulos on, että korkeampi medianäkyvyys on selvästi riippuvainen vuosikertomusten ympäristöraportoinnin laajuuteen.

Yllä oleviin tutkimuksiin perustuen johdetaan tämän tutkimuksen neljäs ja viimeinen hypoteesi. Hypoteesi medianäkyvyydestä kuvaa GRI-raportointiohjeistuksen jaottelun mukaisesti vastuullisuuden sosiaalista ja kulttuurista ulottuvuutta.

H4: Medianäkyvyyden ja yritysvastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

4. TUTKIMUKSEN AINEISTO JA MENETELMÄT

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on syventää ymmärrystä suomalaisten yritysten vastuullisuusraportointiin vaikuttavista tekijöistä sekä kartoittaa vastuullisuusraportoinnin nykytilaa. Tutkimus mukailee Reverten (2009) tutkimusta, jossa vastuullisuusraportoinnin laajuuteen vaikuttavia tekijöitä tutkitaan espanjalaisilla yrityksillä vuosina 2005-2006. Seuraavissa alaluvuissa esitetään tämän tutkimuksen lähestymistapa, aineisto sekä menetelmät, joiden lisäksi pohditaan tutkimuksen rajoitteita.

4.1. Aineisto

Tutkimuksen lähtökohta on etsiä suhteita yritysvastuun osa-alueiden ja yrityksen sekä toimialan ominaispiirteiden välillä. Aineisto yrityksen ja toimialan ominaispiirteistä on helposti saatavilla, minkä takia yritysten vastuullisuutta kuvaavan aineiston saatavuus rajasi tämän tutkimuksen otoksen. Thomson Reuters ESG -tietokannasta saatu aineisto kuvaa yritysten toiminnan vastuullisuutta. Tämä aineisto esittelee yrityksen toiminnan vastuullisuutta kolmesta vastuullisuuden osa-alueesta katsottuna. GRI-raportointiohjeistuksen mukaisesti vastuullisuuden näkökulmia ovat yritysten taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöön liittyvä vastuu. Näiden osa-alueiden lisäksi on olemassa myös hallintoon liittyvää vastuullisuutta, joka tämän tutkimuksen rajauksessa on jätetty pois. Tutkimuksessa yritysten kokoa kuvaavat markkina-arvot ja kannattavuutta kuvaavat kokonaispääoman tuottoasteet on saatu Datastream-tietokannasta. Tutkimuksen toimialaluokituksissa on käytetty *Industry Classification Benchmark* -järjestelmää (ICB), joka on käytössä myös Nasdaq OMX:ssä.

Aineisto käsittää kaikki Nasdaq Helsingin yritykset, joista löytyi muuttujat kuvaamaan yrityksen taloudellista, sosiaalista ja ympäristöön liittyvää vastuullisuutta vuodelta 2016. Aineisto koostui aluksi 36 yrityksestä, joista viisi jouduttiin karsimaan puuttuvien tietojen tai poikkeushavaintojen vuoksi. SanomaWSOY Oyj on yhdistynyt Sanoma Oyj:öön ennen vuotta 2016, minkä takia SanomaWSOY Oyj poistettiin aineistosta. Nokia Oyj poistettiin aineistosta poikkeuksellisen korkean medianäkyvyytensä vuoksi, minkä katsottiin

väärentävän tutkimuksen tuloksia. Oriola Corporation ja Oriola Corporation B poistettiin aineistosta, sillä yrityksen suoriutuminen vastuullisuuden ympäristöön liittyvällä osa-alueella oli poikkeuksellisen alhainen. Oriolan ympäristö-muuttujan arvo oli 17.11, kun muuttujan mediaani lopullisessa aineistossa oli 93.32. Yritys suoriutui myös sosiaalisella osa-alueella huomattavasti muita yrityksiä heikommin. Siellä Oriolan sosiaalista vastuuta kuvaavan muuttujan arvo oli 71.72, kun tämän muuttujan mediaani lopullisessa aineistossa oli 89.59. Myös Sampo A poistettiin aineistosta poikkeuksellisen alhaisen suoriutumisen vuoksi sosiaalista vastuullisuutta mittaavalla osa-alueella. Sammon arvo sosiaalisen vastuun osa-alueella oli 24.08. Näiden lisäksi Svenska Handbkn:lle täydennettiin manuaalisesti alkuperäisestä aineistosta puuttunut markkina-arvo ja Nordea Bank FDR:lle sekä Telia Company:lle lisättiin puuttunut ROA. Lopulta tutkimus toteutettiin 31 havainnon aineistolla, jossa neljällä yrityksellä on aineistossa kahta osakelajia.

4.2. Tutkimusmenetelmät ja muuttujat

Tutkimuksen menetelmänä on lineaarinen regressioanalyysi, jonka tarkoituksena on löytää mahdollinen riippuvuus muuttujien väliltä ja kuvata sitä matemaattisesti (Holopainen & Pulkkinen 2008: 261). Usean muuttujan lineaarisen regressioanalyysin avulla pystytään tutkimaan usean muuttujan ja niiden keskinäisten suhteiden vaikutusta selitettäviin muuttujiin, joita ovat tässä tutkimuksessa yritysten taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöön liittyvä vastuullisuusraportointi. Näiden kolmen osa-alueen lisäksi tarkastellaan myös kaikkien osa-alueiden yhteenlaskettua summaa, jolla halutaan tarkastella yrityksen kokonaissuoriutumista. Lineaarinen regressioanalyysi valikoitui tutkimuksen tilastolliseksi menetelmäksi, sillä sitä käytettiin myös Reverten (2009) tutkimuksessa.

4.2.1. Selitettävä muuttuja

Tutkimuksen selitettävänä muuttujana on yrityksen vastuullisuusraportointi. Tätä muuttujaa tutkimuksessa selitetään valmiilla indekseillä, jotka ovat hankittu Thomson Reuters ESG -tietokannasta. Reverten (2009) artikkelista poiketen yritysten vastuullisuutta mita-

taan tässä tutkimuksessa sosiaalisesta, taloudellisesta ja ympäristöön liittyvästä näkökulmasta. Esikuva-artikkelissa yritysten vastuullisuudessa keskitytään kolmeen luokitteluun, joita ovat *Total CSR Score*, *CSR Content Rating* ja *CSR Management Systems Rating*. Yrityksen vastuullisuuden kokonaispisteitys kuvaa yrityksen kokonaissuoriutumista vastuullisuuteen liittyvien sääntöjen ja suositusten noudattamisessa. Yritysvastuun sisältö-analyysissä tarkastellaan yrityksen raportoimaa tietoa verrattuna GRI-ohjeistuksiin ja YK:n normeihin, joissa käsitellään monikansallisten yhtiöiden velvollisuuksia koskien erityisesti kuluttajaoikeuksien suojelemista ja korruptiota. Johtamisjärjestelmiä kuvaavassa indeksissä arvioidaan, noudattavatko yritysvastuun prosessit ja johtamisjärjestelmät eri tahojen ohjeistuksia ja periaatteita, joita ovat esimerkiksi GRI, AA1000 ja NER. Esikuva-artikkelista poikkeavaan rajaukseen päädyttiin, koska täysin vastaavaa aineistoa ei ollut saatavilla ja toisaalta esikuva-artikkelimaisella rajauksella aineisto ei ollut riittävän kattava Nasdaq Helsingin yrityksillä.

Sosiaalista vastuuta mittaava indeksi kertoo luottamuksesta yritystä kohtaan sekä yrityksen uskollisuudesta sen työntekijöitä, asiakkaita ja yhteiskuntaa kohtaan. Tämä sosiaalisen yritysvastuun indeksi kuvaa yrityksen mainetta ja tasoa, jolla yrityksen toimintaa pidetään hyväksyttävänä ja vastuullisena. Nämä tekijät ovat olennaisia puhuttaessa yrityksen kyvystä tuottaa pitkäaikaista arvoa osakkeenomistajilleen. Sosiaalista vastuuta mittaavan muuttujan datatyyppi tietokannassa oli ”SOCSCORE”.

Yrityksen taloudellista vastuuta kuvaava indeksi mittaa yrityksen kykyä tuottaa kestävää kasvua ja korkeaa tuottoa investoinneille käyttämällä yrityksen resursseja tehokkaasti. Tämä tutkimuksessa käytetty indeksi kuvaa yrityksen talouden terveyttä ja kykyä tuottaa osakkeenomistajille pitkäaikaista arvoa käyttämällä parhaita johtamiskäytäntöjä. Taloudellista vastuuta mitattiin indeksillä, jonka nimi tietokannassa oli ”ECNSCORE”.

Ympäristöön liittyvää vastuullisuutta mittaava indeksi kuvaa yrityksen toiminnan vaikutusta elolliseen ja elottomaan luontoon, mukaan lukien ilman, maan ja veden sekä kokonaiset ekosysteemit. Tämä indeksi heijastaa yrityksen kykyä käyttää parhaita johtamiskäytäntöjä, joilla ympäristöön liittyviä riskejä onnistutaan välttämään. Tämän lisäksi in-

deksi kertoo yrityksen tavoista, joilla ympäristön tarjoamat mahdollisuudet saadaan tuotamaan pitkäaikaista arvoa yrityksen osakkeenomistajille. Ympäristöön liittyvää vastuuta mitattiin muuttujalla, jonka nimi tietokannassa oli ”ENVSCORE”.

4.2.2. Selittävät muuttujat

Selittäviä muuttujia x_i valittaessa on pyritty siihen, etteivät ne korreloisi keskenään. Jos jotkin tutkimuksen muuttujat korreloivat selkeästi keskenään, esiintyy multikollineaarisuutta, jolloin muuttujat eivät luo uutta informaatiota ja on haastavaa päätellä, mikä on minkäkin muuttujan vaikutus selittävään muuttujaan. (Holopainen ym. 2008: 275.) Tämän tutkimuksen selittäviä muuttujia ovat yrityksen medianäkyvyys, koko, kannattavuus ja toimialan herkkyyys. Seuraavaksi käydään läpi, miten nämä selittävät muuttujat ovat määritelty tässä tutkimuksessa.

Medianäkyvyyttä mitataan yrityksen näkyvyydellä kahdessa suuressa suomalaisessa talousalan lehdessä, joita ovat Kauppalehti ja Tekniikka & Talous -lehti. Aineisto yrityksen medianäkyvyydestä on kerätty lehtien nettisivujen hakutyökaluilla. Hakusanana on käytetty yrityksen nimeä ja saaduista hakutuloksista on laskettu juttujen lukumäärä, joiden otsikoissa yritys mainitaan vuonna 2016. Kauppalehdessä ja Tekniikka & Talous -lehdessä esiintyneiden juttujen lukumäärien summa kuvaa yrityksen medianäkyvyyttä vuonna 2016.

Yrityksen kokoa mitataan tässä tutkimuksessa yrityksen markkina-arvon luonnollisella logaritmillä. Markkina-arvo on laskettu kertomalla osakkeen hinta osakkeiden lukumäärällä. Markkina-arvoa on päivitetty aina kun liikkeelle on laskettu uusi osakesarja tai pääoma on muuttunut.

Yritysten taloudellista suorituskkyä voidaan mitata joko laskentatoimen tai markkina-perusteisten mittareiden avulla. Markkinaperusteiset mittarit on laadittu antamaan sijoittajille näkökulmaa yrityksen suorituskkyvystä, minkä takia ne jättävät yrityksen muut sidosryhmät huomiotta. Tämän takia tutkimuksessa yritysten kannattavuutta on valittu kuvaamaan kokonaispääoman tuottoaste, ROA, joka on laskentatoimen mittari.

$$ROA = \frac{\text{nettotulos} + \text{rahoituskulut} + \text{verot (12 kk)}}{\text{taseen loppusumma keskimäärin}}$$

Matemaattinen kaava 1. Kokonaispääoman tuottoaste

Toimialan herkkyys jaotellaan tutkimuksessa Reverten (2009) artikkelin tavoin. Herkimpiä toimialoja ovat ne, joilla on suurempi todennäköisyys tulla kritisoiduksi vastuullisuusasioista, sillä yrityksen toiminnassa on muita suurempi riski ympäristövaikutuksille. Herkimpiä toimialoja esikuva-artikkelin jaottelun mukaisesti ovat kaivosteollisuus, öljy ja kaasu, kemikaalit, metsä- ja paperiteollisuus, teräs ja muut metallit, sähkö, kaasujakelu ja vesi.

Nasdaq OMX käyttää toimialaluokituksissa *Industry Classification Benchmark* -järjestelmää (ICB), johon tämänkin tutkimuksen toimialajaottelu perustuu. ICB-järjestelmässä yhtiöt ovat luokiteltu toimialoihin, joista pääosa kyseisen yhtiön liikevaihdosta kertyy. ICB-järjestelmä koostuu kymmenestä toimialaluokasta, joita ovat öljy ja kaasu, perusteollisuus, teollisuustuotteet ja –palvelut, kulutustavarat, terveydenhuolto, kulutuspalvelut, tietoliikennepalvelut, yleishyödylliset palvelut, rahoitus ja teknologia. Morningstar on jaotellut Nasdaq OMX:ssä yritykset toimialan lisäksi myös yksityiskohtaisempiin sektoreihin ja tarkempiin toimialoihin, joita käytettiin tässä tutkimuksessa hyödyksi arvioitaessa yrityksen toiminnan riskisyyttä. Näistä luokituksista riskisiksi toimialoiksi luokiteltiin tässä tutkimuksessa liitteessä 1 olevat yritykset. Tutkimusaineiston otoksessa riskisiä toimialoja Morningstar:n luokituksen mukaan olivat kemikaalit, öljyn ja kaasun jalostus ja myynti, teräs sekä paperi ja paperituotteet. Toimialan herkkyys on tässä tutkimuksessa dummy-muuttuja, sillä riskisellä toimialalla toimivia yrityksiä kuvataan luvulla 1 ja muilla toimialoilla toimivia luvulla 0.

4.3. Aineiston ja menetelmän rajoitteet

Tutkimuksessa käytettyyn aineistoon ja menetelmiin liittyy rajoitteita, jotka tulee huomioida tutkimuksen tulosten tulkinnassa ja tulosten yleistämisessä. Tulosten yleistettävyys

koskemaan kaikkia Nasdaq Helsingin yrityksiä on ongelmallinen, koska tutkimusaineisto kattaa vain pienen osan Helsingin pörssin yrityksistä. Vuonna 2016 Nasdaq Helsinkiin kuului 172 yritystä, joista mukana tässä tutkimuksessa on 31, joka kattaa noin 18% kaikista yrityksistä. Tutkimuksessa tarkastellaan ainoastaan vuotta 2016, mikä saattaa vaikuttaa aineiston niukkuuteen ja toisaalta tuloksiin, sillä kaikki yritykset eivät julkaise vastuullisuusraporttia vuosittain. Medianäkyvyyden mittaamisen teki haasteelliseksi lehtien nettisivujen hakutyökalujen vajaavaisuus. Tämä haaste ratkaistiin käyttämällä mainintoja yrityksestä lehtijuttujen otsikoissa, mikä oli mahdollista kohtuullisella työmäärällä.

Lisäksi voidaan pohtia, mittaavatko Thomson Reuters ESG -tietokannan indeksit yritysten toiminnan vastuullisuutta luotettavasti. Yritysten saamat luokitukset ovat korkeita ottaen huomioon, että suuryritysten toiminnan vastuullisuutta kohtaan on yleisesti esitetty paljon epäluuloa ja kritiikkiä.

Tutkimuksen menetelmän luotettavuutta arvioitaessa tulee miettiä, mittaavatko tutkimuksessa käytetyt vastuullisuusindeksit myös yrityksen vastuullisuusraportointia vai löytyisikö raportoinnin mittaamiseen jokin parempi tapa. Indeksit kertovat yhteismitallisesti yrityksen suoriutumisesta vastuullisuuden osa-alueilla. Suoriutuminen ja siitä raportointi ovat tiukasti sidoksissa, minkä takia vastuullisuusraportointia mitataan tässä tutkimuksessa Thomson Reuters ESG -tietokannan muuttujilla.

Tutkimuksen selitystasetta olisi voitu parantaa ottamalla huomioon useampia yritysten vastuullisuusraportointiin vaikuttavia tekijöitä. Näitä tekijöitä olisivat esimerkiksi olleet yrityksen kansainvälinen listautuminen, velkaantuneisuus ja omistusrakenne.

4.4. Empiiriset mallit

Tässä tutkimuksessa tilastollisena menetelmänä käytetään lineaarista regressioanalyysiä. Regressioanalyysin avulla tutkitaan, onko yritysten vastuullisuusraportoinnin ja yritystä kuvaavien muuttujien välillä yhteyttä ja mitkä näistä muuttujista vaikuttavat yrityksen vastuullisuusraportoinnin hyvyteen.

$$Vastuullisuusraportointi = \beta_0 + \beta_1 MN_i + \beta_2 TA_i + \beta_3 KOKO_i + \beta_4 KANN_i + \varepsilon_i$$

Missä	β_0	vakiotermi
	$\beta_1 \dots \beta_4$	regressiokerroin eli selittävän muuttujan painokerroin
	MN	medianäkyvyys (selittävä muuttuja)
	TA	toimialan herkkyys (selittävä muuttuja)
	KOKO	yrityksen koko (selittävä muuttuja)
	KANN	yrityksen kannattavuus (selittävä muuttuja)
	ε	virhetermi eli residuaali

Regressiokerroin β_n kertoo, kuinka paljon yrityksen vastuullisuusraportoinnin hyvyys muuttuu, kun selittävä muuttuja muuttuu yhden yksikön verran. Mallin virhetermi eli residuaali ε ilmaisee mallissa esiintyvää virheen suuruutta eli satunnaisvaihtelua. (Heikkilä 1998:238.) Regressiomallissa vakiotermi β_0 ja virhetermi ε ovat tuntemattomia, minkä takia ne estimoidaan havaintoaineistosta. Muut muuttujat saadaan tutkimusaineistosta.

5. TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tilastollisten testien tulokset. Aluksi tarkastellaan muuttujien tunnuslukuja ja korrelaatiota, minkä jälkeen suoritetaan hypoteesien tilastollinen testaus. Näissä vaiheissa analysoinnissa on käytetty SAS Enterprise Guide 7.1 –ohjelmaa. Lopulta esitellään tutkimuksen tulokset, minkä jälkeen saatuja tuloksia tulkitaan ja pohditaan saatujen tutkimustulosten yleistettävyyttä. Johtopäätöksissä verrataan saatuja tuloksia luvussa kaksi käsiteltyihin teorioihin.

5.1. Muuttujien yleinen kuvailu

Taulukko 1. Muuttujien yleinen kuvailu

Muuttuja	Keskiarvo	Mediaani	Keskihajonta	Minimi	Maksimi
<i>Selitettävät muuttujat</i>					
Talous	84.16	91.42	15.23	50.42	96.2
Sosiaalinen	89.10	89.93	6.07	66.87	95.94
Ympäristö	92.09	93.46	3.54	78.46	95.18
Kaikki yhteensä	265.36	270.54	17.09	231.51	285.37
<i>Selittävät muuttujat</i>					
Medianäkyvyys	55.71	57.00	26.82	11	108
Koko	8.31	8.17	1.05	6.82	10.67
Kannattavuus	6.27	4.77	6.35	-4.38	23.98
Toimiala	0.26	0	0.44	0	1

Taulukossa 1 kuvaillaan tutkimuksen selitettävien ja selittävien muuttujien ominaisuuksia. Siitä huomataan, että Nasdaq Helsingin yritysten välisessä vastuullisuudessa on eroja, sillä yritysten vastuullisuusindeksien summat vaihtelevat 231.51:stä 285.37:ään. Koska kaikkien vastuullisuusmuuttujien summan mediaani on silti 270.54, voidaan Helsingin

pörssin yritysten toimintaa pitää keskimäärin hyvin vastuullisena. Yritysten medianäkyvyydessä on suuria eroja, sillä kyseisen muuttujan keskihajonta on huomattavasti muita selittäviä muuttujia suurempaa ($s = 26.82$). Taulukosta 1 havaitaan, että yritysten talouteen liittyvässä vastuullisuusraportoinnissa on tutkimuksen selitettävistä muuttujista eniten hajontaa. Silti vastuullisuusraportointi yrityksen sosiaalisesta suoriutumisesta on tässä aineistossa taloudellista raportointia heikompaa mediaaneja verrattaessa. Toimiala oli tutkimuksen dummy-muuttuja, minkä takia kyseisen muuttujan tunnusluvuista voidaan huomata, että suurin osa tutkimusaineiston yrityksistä toimii riskittömällä toimialalla Tätä kuvattiin tutkimuksessa luvulla 0.

Liitteessä 2 on histogrammit sekä laatikko-viikset –kuviot kaikista tutkimuksen muuttujista, joista tutkimusaineistoa on mahdollista tarkastella yksityiskohtaisemmin.

Taulukko 2. Muuttujien välisen Pearsonin korrelaatiotestin tulokset

	Talous	Ympäristö	Sosiaalinen	Kaikki yhteensä	Kannattavuus	Koko	Toimiala	Medianäkyvyys
<i>Selittävät muuttujat</i>								
Talous	1	-0,10723 (0.5659)	0.08570 (0.6467)	0.89937*** (<0.0001)	0.37563** (0.0373)	0.40624** (0.0233)	-0.38296** (0.0335)	-0.35021* (0.0534)
Ympäristö		1	-0.15301 (0.4112)	0.16559 (0.3733)	-0.18346 (0.3232)	0.17871 (0.3361)	0.18043 (0.3314)	0.35399* (0.0507)
Sosiaalinen			1	0.46293*** (0.0087)	0.04620 (0.8051)	0.14612 (0.4328)	0.22038 (0.2335)	0.15317 (0.4107)
Kaikki yhteensä				1	0.31318* (0.0863)	0.45084** (0.0109)	-0.22574 (0.2221)	-0.18451 (0.3204)
<i>Selittävät muuttujat</i>								
Kannattavuus					1	0.05185 (0.7818)	-0.08796 (0.6380)	-0.16433 (0.3770)
Koko						1	-0.08805 (0.6376)	0.29239 (0.1105)
Toimiala							1	0.13781 (0.4597)
Medianäkyvyys								1

- *** Korrelaatio on tilastollisesti merkitsevä 1% merkitsevyystasolla ($p < 0.01$). Korrelaatio on tilastollisesti merkitsevä.
- ** Korrelaatio on tilastollisesti merkitsevä 5% merkitsevyystasolla ($p < 0.05$). Korrelaatio on tilastollisesti melkein merkitsevä.
- * Korrelaatio on tilastollisesti merkitsevä 10% merkitsevyystasolla ($p < 0.10$). Korrelaatio on tilastollisesti suuntaa antava.

Taulukko 2 esittää tutkimuksen kaikkien muuttujien väliset Pearsonin korrelaatiokertoimet. Voidaan huomata, että selitettävistä muuttujista yrityksen taloudellinen ja sosiaalinen vastuullisuusraportointi korreloivat tilastollisesti merkitsevästi keskenään. Lisäksi talous-muuttujalla on tilastollisesti melkein merkitsevä ($p < 0.05$) yhteys kannattavuuteen ($p = 0.0373$), kokoon ($p = 0.0233$) ja toimialaan ($p = 0.0335$). Yrityksen koolla on tilastollisesti melkein merkitsevä korrelaatio myös kaikki yhteensä -muuttujaan ($p = 0.0109$). Näiden lisäksi yrityksen kannattavuus ja vastuullisuuden yhteenlaskettu osa-alue korreloivat toistensa kanssa tilastollisesti suuntaa antavasti ($p = 0.0863$), minkä lisäksi tilastollisesti suuntaa antavaa korrelaatiota on myös medianäkyvyyden sekä yrityksen taloudellisen ($p = 0.0534$) ja ympäristöön liittyvän ($p = 0.0507$) vastuullisuusraportoinnin välillä. Taloudellisen raportoinnin ja medianäkyvyyden välinen korrelaatio on negatiivista eli toisen muuttujan kasvaessa toisen muuttujan arvot vaikuttavat kasvavan. Yleisesti tutkimuksen muuttujien välinen korrelaatio on taulukon 2 mukaan vähäistä, eikä mikään muuttujista korreloi liiaksi toisen muuttujan kanssa. Tämän takia voidaan todeta, ettei tässä tutkimuksessa ole multikollineaarisuusongelmaa.

5.2. Regressioanalyysin tulokset

Tässä alaluvussa esitellään regressioanalyysin tulokset yksi vastuullisuuden osa-alue kerrallaan. Tutkimuksessa muodostettiin omat regressioyhtälönsä yrityksen taloudelliselle, ympäristöön liittyvälle, sosiaaliselle yritysvastuuraportoinnille ja kaikkien näiden osa-alueiden summalle. Regressioyhtälö on esitetty luvussa 4.4.

5.2.1. Selitettävänä muuttujana taloudellinen vastuu

Taulukko 3. Taloudelliseen vastuullisuusraportointiin vaikuttavat tekijät

Selittäjä	Estimoitu regressiokerroin (kertoimen keskivirhe)	Regressiokertoimen 1-suuntaisen t-testin p-arvo
Vakiotermi	36.59257 (16.37177)	0.0171
Kannattavuus	0.62091** (0.32486)	0.0335
Koko	7.11605*** (2.03825)	0.00085
Toimiala	-8.88994 (4.63799)	0.96685
Medianäkyvyys	-0.23598 (0.08129)	0.9963

$R^2 = 0.5419$; Korj. $R^2 = 0.4714$; F-luku = 7.69

*** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 1% merkitsevyystasolla ($p < 0.01$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä.

** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 5% merkitsevyystasolla ($p < 0.05$). Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä.

* Tulos on tilastollisesti merkitsevä 10% merkitsevyystasolla ($p < 0.10$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava.

Taulukosta 3 nähdään, että estimoidun regressiomallin selitysaste R^2 on 0.5419 eli malli selittää 54% talous-muuttujan vaihtelusta. Regressiomallin selitysaste kertoo, kuinka hyvin mallin selittävät muuttujat yhdessä selittävät selitettävää muuttujaa. Mitä lähempänä selitysaste on lukua 1, sitä paremmin malli kuvaa selitettävää muuttujaa. F-luvulla kuvataan mallin tilastollista merkitsevyyttä. F-testi kertoo, pystytäänkö regressioyhtälön muuttujilla ylipäättään selittämään selitettävän muuttujan vaihtelua. Kertoimen keskivirhe kertoo tämän mallin virhetermien keskihajonnan. Mitä suurempi kertoimen keskivirhe

on, sitä suurempi on virhetermien hajonta, mikä luonnollisesti heikentää mallin selitysvoimaa.

Taulukon 3 regressio kertoo, että taloudellisella yritysvastuuraportoinnilla on tilastollisesti melkein merkitsevä ($p = 0.0335$) positiivinen yhteys yrityksen kannattavuuden kanssa. Lisäksi saadaan tilastollisesti merkitsevä tulos ($p = 0.00085$) yrityksen koon ja taloudellisen yritysvastuuraportoinnin välisestä positiivisesta riippuvuudesta. Toimialan herkkyydestä sekä medianäkyvyydestä kertovat regressiokertoimet ovat negatiivisia, mikä tarkoittaa, ettei yhteyttä taloudelliseen vastuullisuusraportointiin löydetty tässä tutkimuksessa.

5.2.2. Selitettävänä muuttujana ympäristöön liittyvä vastuu

Taulukko 4. Ympäristöön liittyvään vastuullisuusraportointiin vaikuttavat tekijät

Selittäjä	Estimoitu regressiokerroin (kertoimen keskivirhe)	Regressiokertoimen 1-suuntaisen t-testin p-arvo
Vakiotermi	86.96793 (5.11806)	<0.00005
Kannattavuus	-0.07304 (0.10156)	0.7608
Koko	0.39091 (0.63719)	0.27245
Toimiala	1.11800 (1.44990)	0.2238
Medianäkyvyys	0.03678* (0.02541)	0.0799

$R^2 = 0.1690$; Korj. $R^2 = 0.0412$; F-luku = 1.32

*** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 1% merkitsevyystasolla ($p < 0.01$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä.

** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 5% merkitsevyystasolla ($p < 0.05$). Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä.

* Tulos on tilastollisesti merkitsevä 10% merkitsevyystasolla ($p < 0.10$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava.

Taulukosta 4 nähdään, että estimoidun regressiomallin selitysaste R^2 on 0.1690. Tämä tarkoittaa, että malli selittää noin 17% ympäristö-muuttujan vaihtelusta. Vertailuissa käytettävä korjattu selitysaste on vain 0.0412. Taulukosta 4 havaitaan, että medianäkyvyydellä on tilastollisesti suuntaa antava ($p = 0.0799$) positiivinen riippuvuus yrityksen ympäristövastuuraportointiin. Kannattavuuden ja ympäristöraportoinnin yhteyttä kuvaava regressiokerroin jää negatiiviseksi, mikä tarkoittaa, ettei positiivista riippuvuutta näiden kahden muuttujan välillä havaita tässä tutkimuksessa. Yrityksen koolla ($p = 0.27245$) tai toimialan herkkyydellä ($p = 0.2238$) ei havaita tilastollisesti merkitsevää positiivista riippuvuutta yrityksen ympäristöraportoinnin kanssa.

5.2.3. Selitettävänä muuttujana sosiaalinen vastuu

Taulukko 5. Sosiaaliseen vastuullisuusraportointiin vaikuttavat tekijät

Selittäjä	Estimoitu regressiokerroin (kertoimen keskivirhe)	Regressiokertoimen 1- suuntaisen t-testin p-arvo
Vakiotermi	80.22475 (9.20321)	<0.00005
Kannattavuus	0.07132 (0.18262)	0.34965
Koko	0.77460 (1.14578)	0.2525
Toimiala	3.07751 (2.60719)	0.12425
Medianäkyvyys	0.02150** (0.04569)	0.32095

$R^2 = 0.0874$; Korj. $R^2 = -0.0530$; F-luku = 0.62

*** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 1% merkitsevyystasolla ($p < 0.01$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä.

** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 5% merkitsevyystasolla ($p < 0.05$). Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä.

** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 10% merkitsevyystasolla ($p < 0.10$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava.

Taulukossa 5 on tulokset regressiosta yrityksen sosiaalisen yritysvastuuraportoinnin ja yrityksen ominaispiirteiden välillä. Siitä huomataan, ettei minkään ominaispiirteen ja sosiaalisista asioista raportoinnin välillä ole tilastollisesti merkitsevää positiivista riippuvuutta. Toimialan herkkyyks on tilastollisesti melkein suuntaa antava ($p = 0.12425$), mutta yrityksen kannattavuudella, koolla tai medianäkyvyydellä ei ole tilastollisesti merkitsevää yhteyttä yrityksen sosiaalisiin asioihin liittyvään yritysvastuuraportointiin. Sosiaalista yritysvastuuta mittaavan regressiomallin selitysaste R^2 on 0.0874 eli malli selittää 8.7% sosiaalisiin asioihin liittyvästä yritysvastuuraportoinnista.

5.2.4. Selitettävänä muuttujana kaikki vastuullisuuden osa-alueet yhteensä

Taulukko 6. Vastuullisuuden osa-alueiden summaan vaikuttavat tekijät

Selittäjä	Estimoitu regressiokerroin (kertoimen keskivirhe)	Regressiokertoimen 1-suuntaisen t-testin p-arvo
Vakiotermi	203.78526 (21.35791)	<0.00005
Kannattavuus	0.61920* (0.42380)	0.078
Koko	8.28156*** (2.65902)	0.0022
Toimiala	-4.69443 (6.05052)	0.7776
Medianäkyvyys	-0.17771 (0.10604)	0.9471

$R^2 = 0.3809$; Korj. $R^2 = 0.2857$; F-luku = 4.00

*** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 1% merkitsevyystasolla ($p < 0.01$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä.

** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 5% merkitsevyystasolla ($p < 0.05$). Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä.

* Tulos on tilastollisesti merkitsevä 10% merkitsevyystasolla ($p < 0.10$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava.

Taulukosta 6 havaitaan, että kokonaisvastuullisuuden riippuvuus toimialan herkkyyteen sekä yrityksen medianäkyvyyteen on negatiivinen. Sen sijaan yrityksen koolla ja yrityksen raportoinnilla vastuullisuudesta on tämän tutkimuksen mukaan tilastollisesti merkitsevä ($p = 0.0022$) positiivinen riippuvuus. Myös yrityksen kannattavuudella havaitaan tilastollisesti suuntaa antava ($p = 0.078$) positiivinen riippuvuus vastuullisuuden osa-alueet yhdistävän muuttujan kanssa.

5.3. Hypoteesien testaus

Tässä tutkimuksessa on tutkittu, vaikuttavatko yrityksen koko, kannattavuus, medianäkyvyys ja toimialan herkkyyden yrityksen vastuullisuusraportointiin taloudellisella, sosiaalisella tai ekologisella ulottuvuudella. Näiden lisäksi on tutkittu kaikkien edellä mainittujen vastuullisuuden osa-alueiden summaan vaikuttavia tekijöitä. Regressioanalyysi on toteutettu SAS Enterprise Guide 7.1. –ohjelmistolla. Tutkimuksen hypoteesit ovat:

H1: Yrityksen koon ja yritysvastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

H2: Toimialan herkkyyden ja yritysvastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

H3: Yrityksen kannattavuuden ja yritysvastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

H4: Medianäkyvyyden ja yritysvastuuraportoinnin välillä on positiivinen riippuvuus.

Tutkimuksen hypoteesien mukaan yrityksen koolla, kannattavuudella, medianäkyvydellä ja toimialan herkkyydellä on positiivinen vaikutus yrityksen vastuullisuusraportoin-

tiin. Toisin sanoen aikaisempaan tutkimukseen nojaavien hypoteesien odotus on, että suuret, enemmän medianäkyvyyttä saavat, kannattavat ja herkällä toimialalla toimivat yritykset suoriutuvat muita paremmin vastuullisuusraportoinnista.

Koska kaikkia vastuullisuuden osa-alueita on tässä tutkimuksessa mitattu omilla regressioyhtälöillä ja tutkimuksen hypoteesit koskevat tutkimuksen selittävien muuttujien vaikutusta yritysten vastuullisuusraportointiin kokonaisuutena, päätettiin tutkimushypoteesi hyväksyä, mikäli selittävä muuttuja selittää positiivisesti yritysvastuuraportointia vähintään vastuullisuuden kahdella osa-alueella. Mikäli positiivinen yhteys löytyy ainoastaan yhdeltä yritys vastuun osa-alueelta tai positiivista yhteyttä minkään muuttujan kanssa ei ole, hypoteesi hylätään. Tässä tutkimuksessa taloudellisen, sosiaalisen sekä ympäristöön liittyvän vastuullisuuden erillisyyks johtuu Thomson Reuters ESG -tietokannan aineistosta, jossa kaikille vastuullisuuden osa-alueille on ilmoitettu omat arvonsa. Näiden osa-alueiden luvuista laskettu summa luo kokonaiskuvaa yrityksen vastuullisuudesta, sillä yritysten välillä on eroja eri osa-alueissa suoriutumisessa.

Taulukko 7 kokoaa yhteen taulukkojen 3-6 regressioanalyysien lopputulokset. Se kuvaa myös kaikkien vastuullisuusraportoinnin osa-alueiden yhteyttä yrityksen ja toimialan ominaispiirteisiin.

Taulukko 7. Muuttujien riippuvuuksien suunnat sekä tilastollinen merkitsevyys

	Taloudellinen vastuu	Ympäristö- vastuu	Sosiaalinen vastuu	Kokonaisvastuulli- suus	Hypoteesi
Koko	+ ***	+	+	+ ***	Hyväksytään
Toimialan herkkyys	-	+	+	-	Hylätään
Kannattavuus	+ **	-	+	+ *	Hyväksytään
Medianäkyvyys	-	+ *	+	-	Hylätään

*** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 1% merkitsevyystasolla ($p < 0.01$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä.

** Tulos on tilastollisesti merkitsevä 5% merkitsevyystasolla ($p < 0.05$). Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä.

* Tulos on tilastollisesti merkitsevä 10% merkitsevyystasolla ($p < 0.10$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava.

Taulukko 8. Yhteenvedo selitettävien muuttujien selitysasteista

Osa-alue	R ²	Korj. R ²	F-luku
Talous	0.5419	0.4714	7.69
Ympäristö	0.169	0.0412	1.32
Sosiaalinen	0.0874	-0.053	0.62
Yhteensä	0.3809	0.2857	4.00

Kuten taulukosta 7 voidaan havaita, tämän tutkimuksen merkittävin löydös oli yrityksen koon positiivinen riippuvuus sekä taloudelliseen yritys vastuuraportointiin että yrityksen kokonaisvastuullisuutta koskevaan raportointiin. Koon vaikutus molempiin näihin vastuullisuuden osa-alueisiin oli tilastollisesti merkitsevä ($p < 0.01$), minkä lisäksi koolla oli positiivinen riippuvuus myös sosiaalisen ja ympäristöön liittyvän yritys vastuuraportoinnin kanssa, vaikka nämä tulokset eivät olleetkaan tilastollisesti merkitseviä. Koolla oli tilastollisesti merkitsevä positiivinen riippuvuus kahden tutkimuksen selitettävän muuttujan kanssa, minkä takia H1 hyväksytään. Tämän tutkimuksen mukaan yrityksen vastuullisuusraportointi paranee yrityksen koon kasvaessa.

Toimialan herkkyydellä ei löydetty tässä tutkimuksessa tilastollisesti merkitsevää yhteyttä minkään vastuullisuuden osa-alueen kanssa. Toimialan herkkyyden riippuvuus yrityksen taloudelliseen vastuullisuusraportointiin ja kokonaisvastuullisuudesta raportointiin oli negatiivista, kun taas riippuvuus ekologiseen ja sosiaaliseen yritys vastuuraportointiin oli positiivista. Koska toimialan herkkyyden yhteys ei ollut tilastollisesti merkitsevää millään vastuullisuuden osa-alueella, H2 hylätään. Toimialan riskisyydellä ei tämän tutkimuksen mukaan ole vaikutusta yrityksen vastuullisuusraportointiin suomalaisessa liiketoimintaympäristössä.

Yrityksen kannattavuudella havaittiin tilastollisesti melkein merkitsevä ($p < 0.05$) yhteys yrityksen taloudelliseen vastuullisuusraportointiin. Tämä tarkoittaa, että kannattavat yritykset suoriutuvat muita yrityksiä paremmin raportoinnista, joka liittyy yrityksen taloudelliseen vastuuseen. Lisäksi kannattavuudella havaittiin tilastollisesti suuntaa antava (p

< 0.10) positiivinen riippuvuus yrityksen kokonaisvastuullisuuden kanssa. Kannattavuudella ja sosiaalisiin asioihin liittyvällä vastuullisuusraportoinnilla havaittiin myös positiivinen riippuvuus, joka ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä. Ympäristöön liittyvällä vastuullisuusraportoinnilla taas löydettiin negatiivinen riippuvuus yrityksen kannattavuuden kanssa. Koska kannattavuudella oli tilastollisesti merkitsevä positiivinen riippuvuus kahden vastuullisuusraportoinnin osa-alueen kanssa, H3 hyväksytään.

Yrityksen medianäkyvyydellä ja ympäristöön liittyvällä yritysvastuuraportoinnilla havaittiin tässä tutkimuksessa suuntaa antava ($p < 0.10$) positiivinen riippuvuus. Medianäkyvyydellä ja sosiaalisiin asioihin liittyvällä vastuullisuusraportoinnilla löydettiin myös positiivinen yhteys, joka ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä. Taloudellisella vastuullisuusraportoinnilla tai yrityksen kokonaisvastuullisuudella ei tässä tutkimuksessa havaittu positiivista yhteyttä yrityksen medianäkyvyyteen. Koska vain yhdellä selitettävällä muuttujalla oli tilastollisesti merkitsevä positiivinen riippuvuus yrityksen medianäkyvyyden kanssa, H4 hylätään. Tämän tutkimuksen mukaan yrityksen medianäkyvyydellä ei pystytä selittämään yritysvastuuraportointia.

Taulukko 8:n korjatuista selitysasteista huomataan, että malli selittää parhaiten yritysten taloudelliseen vastuullisuusraportointiin vaikuttavia tekijöitä. Korjatun selitysasteen mukaan tämän tutkimuksen malli selittää 47.14% yritysten taloudellisesta raportoinnista, mikä tekee yrityksen koon ja kannattavuuden yhteydestä tähän selitettävään muuttujaan erityisen merkityksellisiä. Myös kokonaisvastuullisuutta mittaavaa saraketta, joka on kaikkien vastuullisuuden osa-alueiden summa, voidaan pitää selitysvoimaisena, sillä sen korjattu selitysaste 38.09% on myös melko korkea. Tämän takia myös vastuullisuuden osa-alueiden summaa kuvaavan muuttujan suhdetta saatuihin tuloksiin yrityksen koon ja kannattavuuden suhteen voidaan pitää luotettavina. Korjatun selitysasteen perusteella regressiomalli selittää erityisen huonosti yritysten vastuullisuusraportointia sosiaalisista asioista, sillä korjattu R^2 on -5.3%. Myös ympäristöön liittyvä raportointi selittyy todella epävarmasti mallilla, sillä korjattu selitysaste on ainoastaan 4.12%

5.4. Tulosten tulkinta

Medianäkyvyyden ja yrityksen ympäristöön liittyvän vastuullisuusraportoinnin tilastollisesti suuntaa antavaa ($p < 0.10$) positiivista riippuvuutta ($p = 0.0799$) voidaan selittää yhteiskunnan kiinnostuksella yrityksen ympäristövaikutuksia kohtaan. Lehdet haluavat kertoa asioista, jotka kiinnostavat ihmisiä ja ovat tämän takia myyviä. Ympäristöasiat ovat helposti uutisoitavia ja ihmiset ovat niistä kiinnostuneita, mikä aiheuttaa yrityksille painetta raportoida toimintansa ympäristövaikutuksista. Saatu tulos voidaan nähdä yrityksen legitimitietin turvaamisena, sillä yhteiskunnan kannalta tärkeistä teemoista raporttoimalla yritys turvaa oman olemassaolonsa oikeutuksen (Shocker ym. 1973: 97). Yrityksen taloudellisella vastuulla ja medianäkyvyydellä ei ole tämän tutkimuksen mukaan positiivista riippuvuutta, mitä voidaan selittää esimerkiksi sillä, että taloudellisesta vastuusta mielenkiintoisten ja helppotajuisten juttujen kirjoittaminen on muita vastuullisuuden osa-alueita vaikeampaa. Tässä media käyttää media-agendateorian (Brown ym. 1998) mukaista valtaansa päättää, mitkä asiat ansaitsevat tulla ihmisten tietoisuuteen. McCombs ym. (1972) mukaan media ei ainoastaan peilaa ihmisten tärkeinä pitäminä asioita vaan myös vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen luomalla mielikuvia asioiden tärkeydestä.

Yrityksen koolla havaittiin tilastollisesti merkitsevä ($p < 0.01$) positiivinen riippuvuus sekä yrityksen taloudellisen ($p = 0.00085$) että kaikkien vastuullisuuden osa-alueiden yhteenlasketun summan ($p = 0.0022$) kanssa. Yrityksen koon tilastollisesti merkitseviä tuloksia voidaan selittää sillä, että suurilla yrityksillä on paljon sidosryhmiä, jotka yrityksen pitää vakuuttaa toiminnan vastuullisuudesta. Vastuullisuudestaan raporttoimalla suuri yritys varmistaa, että sillä on sidosryhmiensä hyväksyntä ja yrityksen legitimitietti on turvattu (Hahn ym. 2013: 14). Koolla ei havaittu tässä tutkimusta tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta yrityksen ympäristöön tai sosiaalisiin asioihin liittyvään vastuullisuusraportointiin.

Tässä tutkimuksessa saatiin aikaisemmasta tutkimuksesta poikkeava tulos toimialan herkkyyden yhteydestä yrityksen vastuullisuusraportointiin, sillä tilastollisesti merkitsevää yhteyttä ei löydetty minkään vastuullisuuden osa-alueen ja toimialan herkkyyden välillä. Yritysvastuun sosiaaliselta osa-alueen ja toimialan herkkyyden yhteys ($p = 0.12425$) on

tilastollisesti lähes suuntaa antava, mutta tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä. Tässä tutkimuksessa toimialan ja vastuullisuusraportoinnin välisen riippuvuuden puutetta voidaan selittää pienellä tutkimusaineistolla. Toisaalta vastuullisuusraportointi ja kestävä liiketoiminta on nykyään tärkeää kaikille yrityksille toimialasta riippumatta, mikä saattaa tehdä tutkimuksen luokittelun riskisistä toimialoista keinotekoiseksi.

Yrityksen kannattavuudella havaittiin tilastollisesti melkein merkitsevä ($p < 0.05$) riippuvuus yrityksen taloudellisen vastuullisuusraportointiin ($p = 0.0335$). Tilastollisesti suuntaa antava ($p < 0.10$) tulos löydettiin kaikki vastuullisuuden osa-alueet huomioivan muutujan ja yrityksen kannattavuuden ($p = 0.078$) kanssa. Kannattavilla yrityksillä on tarve osoittaa vastuullisuusraportoinnillaan, että yrityksen taloudellinen menestys on saavutettu kestävästi. Taloudellisella vastuullisuusraportoinnilla halutaan osoittaa, että yritys on pitänyt huolta omasta kannattavuudestaan ja kilpailukyvystään, jotta se pystyy toimimaan jatkossakin. Toimiminen taloudellisesti vastuullisesti on kaiken pohja, sillä ilman tervettä taloutta yrityksellä ei ole edellytyksiä toimia vastuullisesti myöskään sosiaalisesti ja ympäristön kannalta. Taloudellisella vastuullisuusraportoinnilla kannattavat yritykset osoittavat, että ne ovat hoitaneet asianmukaisesti velvollisuutensa yrityksen sidosryhmiä kohtaan. Näitä velvollisuuksia ovat esimerkiksi verojen maksaminen valtiolle, palkkojen maksaminen työntekijöille ja osinkojen maksaminen osakkeenomistajille.

5.5. Tulosten rajoitteet ja yleistettävyys

Tämän tutkimuksen tuloksien tulkinnassa ja näitä tuloksia yleistettäessä on syytä huomata jo aiemmin esiin tuodut rajoitteet, jotka liittyvät tutkimuksen aineistoon ja tutkimusmenetelmiin. Merkittävimpinä rajoitteina tutkimuksessa on suppea aineisto ja vain yhden vuoden kattava tutkimusaineisto. Otoksen pienen koon vuoksi tutkimuksen tulokset yritysten vastuullisuusraportointiin vaikuttavista tekijöistä ovat heikosti yleistettävissä, mutta niitä voidaan pitää suuntaa antavina. Tutkimuksen toteuttaminen pienelläkin aineistolla antaa mielenkiintoista tietoa siitä, mitkä tekijät yritysraportointiin vaikuttavat suomalaisessa liiketoimintaympäristössä.

Tutkimusaineisto sisälsi vain pienen osan Helsingin pörssin yrityksistä, minkä lisäksi tutkimusaineistosta karsittiin yrityksiä, joilla oli esimerkiksi poikkeuksellisen huono suoriutuminen jollain vastuullisuuden osa-alueella. Pienen aineiston ja karsinnan takia lopullisessa tutkimusaineistossa saattaa olla todellisuutta enemmän yrityksiä, jotka ovat saaneet korkeat pisteytykset vastuullisuudestaan. Toisaalta on syytä huomioida, ettei vastuullisuusraportointi ollut vielä vuonna 2016 pakollista millekään yritykselle, millä saattaa olla vaikutusta yritysten vastuullisuusraportointiin ja vastuullisuusraportoinnin puuttumiseen.

Medianäkyvyyttä mitattiin tässä tutkimuksessa juttujen lukumäärällä, joiden otsikoissa yrityksen nimi mainittiin vuoden 2016 aikana. Aineistona oli Kauppalehti ja Tekniikka & Talous –lehti, jotka ovat Suomen suurimpia talousalan lehtiä. Paremmen kuvan yrityksen medianäkyvyydestä olisi saanut yrityksestä tehtyjen lehtijuttujen lukumäärällä, mutta kyseinen rajausta ei ollut luotettavasti toteutettavissa lehtien hakutyökalujen yksinkertaisuuden vuoksi.

6. YHTEENVETO

Yritysvastuuseen liittyvä tutkimus on lisääntynyt viime vuosina. Yrityksen sidosryhmät ovat aikaisempaa kiinnostuneempia yrityksen toiminnan vastuullisuudesta. Sidosryhmät odottavat yrityksiltä nykyään muutakin kuin taloudellista menestystä. Yritykset pyrkivät vastaamaan sidosryhmien kasvaneisiin odotuksiin viestimällä toimintansa vastuullisuudesta erilaisilla vastuullisuusraporteilla.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mitkä yritykseen liittyvät tekijät vaikuttavat yrityksen vastuullisuusraportointiin suomalaisten pörssiyritysten kohdalla. Käytännössä tämä tarkoitti Reverten (2009) espanjalaisella aineistolla toteutetun tutkimuksen toistamista suomalaisella aineistolla. Tutkimuksessa yritysten toiminnan vastuullisuutta mitattiin Thomson Reuters ESG -tietokannasta saaduilla yritysten vastuullisuusarvioinneilla, josta saatiin muuttujat kuvaamaan yritysten vastuullisuutta taloudellisella, sosiaalisella ja ympäristöön liittyvällä osa-alueella. Tutkimuksessa tarkasteltiin yrityksen koon, kannattavuuden, medianäkyvyyden ja toimialan herkkyyden vaikutusta kaikkiin edellä mainittuihin vastuullisuuden osa-alueisiin, minkä lisäksi tekijöitä verrattiin myös vastuullisuusarviointien summaan.

Tutkimusmenetelmänä oli Reverten (2009) tutkimuksen mukaisesti monen muuttujan lineaarinen regressioanalyysi, jossa muuttujina käytettiin soveltuvilta osin vastaavia muuttujia kuin esikuva-artikkelissa. Tutkimuksen neljässä hypoteesissa yrityksen koon, kannattavuuden, medianäkyvyyden ja toimialan herkkyyden uskottiin vaikuttavan yrityksen vastuullisuusraportointiin. Hypoteeseja testattiin lineaarisella monen muuttujan regressioanalyysillä. Vastuullisuuden sosiaalisesta, ympäristöön liittyvästä, taloudellisesta sekä kaikkien näiden summasta muodostettiin kustakin omat regressioyhtälöt, joita testattiin SAS Enterprise Guide 7.1 -ohjelmalla.

Kaksi tutkimuksen neljästä yksisuuntaisesta hypoteesista hyväksyttiin. Tutkimuksessa löydettiin tilastollisesti merkitsevä positiivinen riippuvuus yrityksen koon ja vastuullisuusraportoinnin välillä. Tämä tarkoittaa, että suuremmat yritykset suoriutuvat pieniä yri-

tyksiä paremmin vastuullisuusraportoinnissaan. Tämä tutkimus osoittaa, etteivät suomalaiset yritykset eroa yrityksen koon ja vastuullisuusraportoinnin välisen yhteyden osalta muiden maiden yrityksistä. Tutkimustulos on oletettu, sillä esim. Fontanier ym. (2011) mukaan yrityksen toiminnan ulkoisvaikutukset tulevat näkyvämmiksi yrityksen koon kasvaessa. Legitimiteettiteorian mukaisesti suurilla yrityksillä on suurempi paine vakuuttaa sidosryhmät yritysvastuuraportoinnilla yrityksen toiminnan vastuullisuudesta (Hahn ym. 2013: 14). Raportoimalla vastuullisuudestaan yritys osoittaa, että yhteiskunnalla on tarvetta yrityksen tuottamiin tuotteisiin tai palveluihin, minkä lisäksi tarjoomaa kuluttavalla joukolla on muun yhteiskunnan hyväksyntä (Shocker ym. 1973.) Toisaalta yrityksen koon ja vastuullisuusraportoinnin positiivista riippuvuutta voidaan perustella myös sidosryhmäteorialla, sillä sidosryhmistä tulee merkityksellisempiä yrityksen koon kasvaessa. Tämän tutkimuksen tulos on esimerkiksi Campbell:n ym. (2003) kanssa samanlainen. On odotettavissa, että suurella yrityksellä on suuri joukko yrityksen toiminnan kannalta vaikutusvaltaisia sidosryhmiä, mikä painostaa yritystä raportoimaan yrityksen vastuullisuuteen liittyvistä menettelytavoista. Tästä näkökulmasta katsottuna yritysvastuuraportoinnilla on taas suora vaikutus yrityksen legitimiteettiin, minkä takia nämä kaksi tässä tutkimuksessa käytettyä teoriaa ovat erottamattomat.

Myös hypoteesi yrityksen kannattavuuden positiivisesta riippuvuudesta yrityksen vastuullisuusraportointiin hyväksyttiin. Tätä tulosta voidaan Hackstonin ym. (1996) tavoin perustella sillä, että kannattavilla yrityksillä on taloudellisesti mahdollista keskittää resursseja myös vastuullisuuteen. Huonosti kannattavat yritykset joutuvat keskittämään panoksensa yrityksen kannattavuuden parantamiseen, mikä on ensisijaista yrityksen liiketoiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi, eikä aikaa tai rahaa jää tämän takia vastuullisuudelle. Belkaoui ym. (1989) selittävät kannattavien yritysten parempaa suoriutumista vastuullisuudessa johtajuudella. Jos johtajilla on taito pitää yrityksen liiketoiminta kannattavana, he luultavasti ymmärtävät myös vastuullisuuden merkityksen.

Medianäkyvyydellä havaittiin suuntaa antava positiivinen riippuvuus yrityksen ympäristöön liittyvään vastuullisuusraportointiin, mutta hypoteesi sen yhteydestä vastuullisuusraportointiin hylättiin. Aikaisemmissa tutkimuksissa on löydetty positiivinen riippuvuus medianäkyvyyden ja vastuullisuusraportoinnin välillä. Udayasankarin (2009) ja

Schreckin (2011) mukaan paljon mediahuomiota saavat yritykset voivat hyötyä vastuullisuuspanostuksista muita enemmän, mikäli ne onnistuvat tehokkaasti viestimään sidosryhmille yrityksen panoksesta vastuullisen toiminnan edistämiseen. Brownin ym. (1998: 21) tutkimuksessa yhdistellään media-agendateoriaa ja legitimizeettiteoriaa, sillä tietyn yrityksen saaman mediahuomio katsotaan aiheuttavan yritykselle painetta raportoida paremmin vastuullisuudestaan, jotta se onnistuisi säilyttämään legitimizeettinsä median luomasta paineesta huolimatta. Tämän tutkimuksen aikaisemmasta tutkimuksesta poikkeavaa tulosta voidaan selittää pienellä havaintoaineistolla, joka ei välttämättä anna todennukaista kuvaa otoksen yritysten medianäkyvyydestä.

Myös hypoteesi toimialan herkkyyden positiivisesta riippuvuudesta yrityksen vastuullisuusraportointiin hylättiin, sillä tässä tutkimuksessa tilastollisesti merkitsevää yhteyttä minkään vastuullisuuden osa-alueen kanssa ei löydetty. Aikaisemmasta tutkimuksesta poikkeavaa tutkimustulosta voidaan selittää suomalaisten pörssiyritysten korkealla suoriutumisella vastuullisuudessa toimialasta riippumatta ja myös asenneilmaston muutoksella. Nykyään kaikilta pörssiyrityksiltä odotetaan vastuullista ja läpinäkyvää toimintaa, mikä vaikuttaa raportointiin toimialasta riippumatta.

Reverten (2009) tutkimuksessa todettiin yrityksen koolla, medianäkyvyydellä sekä toimialan herkkyydellä tilastollisesti merkitsevä riippuvuus yrityksen vastuullisuusluokitukseen. Toisin kuin tässä tutkimuksessa suomalaisella aineistolla, espanjalaisella aineistolla toteutetussa esikuva-artikkelissa tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta kannattavuuden ja vastuullisuusraportoinnin väliltä ei löydetty. Reverten (2009) mukaan yrityksen medianäkyvyys selittää vastuullisuusraportointia muuttujista parhaiten, mutta tässä tutkimuksessa hypoteesi medianäkyvyyden yhteydestä vastuullisuusraportointiin hylättiin.

Tämä tutkimus nosti esiin myös jatkotutkimusmahdollisuuksia. Vastuullisuusraportoinnin yleistyessä ja muututtua pakolliseksi osalle yrityksistä aineistoa on tulevana vuosina runsaammin saatavilla, mikä parantaa tutkimuksen luotettavuutta. Laajemmalla tutkimusaineistolla saadaan luotettavammin selville, mitkä tekijät suomalaisessa liiketoimintaympäristössä vaikuttavat yritysten vastuullisuusraportointiin. Tämän jälkeen olisi mielenkiintoista tutkia, vaikuttavatko kulttuuriset tekijät yritysten vastuullisuusraportointiin

vai onko yritysten kansainvälistyminen yhtenäistänyt vastuullisuusraportointiin vaikuttavia tekijöitä eri maissa toimivien yritysten välillä.

LÄHDELUETTELO

- Adams, Carol A., Wan-Ying Hill & Clare B. Roberts (1998). Corporate Social Reporting Practices in Western Europe: Legitimizing Corporate Behaviour? *British Accounting Review* 30: 1-21.
- Albareda, Laura; Josep M. Lozano, Tamyko Ysa (2007). Public Policies on Corporate Social Responsibility: The Role of Governments in Europe. *Journal of Business Ethics* 74: 391-407.
- Archambeault, Deborah S., F. Todd DeZoort & Travis P. Holt (2008). The Need for an Internal Auditor Report to External Stakeholders to Improve Governance Transparency. *Accounting Horizons* Vol. 22, No. 4: 375-388.
- Baumann-Pauly, Dorothée, Christopher Wickert, Laura J. Spence & Andreas Georg Scherer (2013). Organizing Corporate Social Responsibility in Small and Large Firms: Size Matters. *Journal of Business Ethics* 115: 693-705.
- Belkaoui, A & P G Karpik (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 2: 36-51.
- Betts, Teresa K.; Frank Wiengarten & Suresh K. Tadisina (2015). Exploring the Impact of Stakeholder Pressure on Environmental Management Strategies at the Plant Level: What Does Industry Have to Do with It? *Journal of Cleaner Production* 92: 282-294.
- Boesso, Giacomo, Kamallesh Kumar & Giovanna Michelon (2013). Descriptive, Instrumental and Strategic Approaches to Corporate Social Responsibility. Do They Drive the Financial Performance of Companies Differently? *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 26, No. 3: 399-422.

- Brown, Noel & Craig Deegan (1998). The Public Disclosure of Environmental Performance Information – A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*. Vol. 29, No. 1: 21-41.
- Campbell, David, Barrie Craven & Philip Shrives (2002). Voluntary Social Reporting in Three FTSE Sectors: A Comment on Perception and Legitimacy. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* Vol. 16, Issue 4: 558-581.
- Carroll, Craig E. & Maxwell McCombs (2003). Agenda-setting Effects of Business News on the Public's Images and Opinions about Major Corporations. *Corporate Reputation Review* Vol. 6, No. 1: 36-46.
- Castelló, Itziar & Josep M. Lozano (2011). Searching for New Forms of Legitimacy Through Corporate Responsibility Rhetoric. *Journal of Business Ethics* 100: 11-29.
- Chan, Christian C. C. & Markus J. Milne (1999). Investor Reactions to Corporate Environmental Saints and Sinners: An Experimental Analysis. *Accounting and Business Research* Vol. 29, No. 4: 265-279.
- Chan, MuiChing Carina, John Watson & David Woodliff (2014). Corporate Governance Quality and CSR Disclosures. *Journal of Business Ethics* 125: 59-73.
- Chauvey, Jean-Noël, Sophie Giordano-Spring, Charles H. Cho, Dennis M. Patten (2015). The Normativity and Legitimacy of CSR Disclosure: Evidence from France. *Journal of Business Ethics* 130: 789-803.
- Cho, Charles H. & Dennis M. Patten (2007). The Role of Environmental Disclosures as Tools of Legitimacy: A Research Note. *Accounting, Organizations and Society* 32: 639-647.

- Cho, Charles H., Giovanna Michelon, Dennis M. Patten & Robin W. Roberts (2015). CSR Disclosure: The More Things Change...?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 28, No. 1: 14-35.
- Cook, Benjamin Lê, Geoffrey Ferris Wayne, Lois Keithly & Gregory Connolly (2003). One Size does not fit All: How the Tobacco Industry has Altered Cigarette Design to Target Consumer Groups with Specific Psychological and Psychosocial Needs. *Addiction* 98: 1547-1561.
- Crook, Clive (1993). The Future of Capitalism: Will Liberal Economics Be the Victim of Its Own Success? *The Economist* Vol. 328, Issue 7828: 52-55.
- Deegan, Craig, Michaela Rankin & John Tobin (2002). An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP from 1983-1997, A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 15, No. 3: 312-343.
- Deegan, Craig (2002). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 15, No. 3: 282-311.
- Donaldson, Thomas & Lee E. Preston (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications. *Academy of Management Review* Vol. 20, No. 1: 65-91.
- Draft, Richard L. & Robert H. Lengel (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science* Vol 32, No. 5: 554-571.
- Dye, Ronald A. & Sri S. Sridhar (1995). Industry-Wide Disclosure Dynamics. *Journal of Accounting Research* Vol. 33, No. 1: 157-174.

- Elkington, John (1997). *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing Ltd.
- Euroopan komissio (2001). Vihreä Kirja. Yritysten Sosiaalisen Vastuun eurooppalaisten Puitteiden Edistämisestä. Saatavana World Wide Webistä: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1510131584732&uri=CELEX:52001DC0366>>
- Fontanier, Fabienne, Ans Kolk & Jonatan Pinkse (2011). Harmonization in CSR Reporting. MNEs and Global CSR Standards. *Management International Review* 51: 665-696.
- Faleye, Olubunmi & Emery A. Trahan (2011). Labour-Friendly Corporate Practices: Is What Is Good for Employees Good for Shareholders? *Journal of Business Ethics* 101: 1-27.
- Ferri, Laura Maria; Matteo Pedrini & Viviana Pilato (2016). The Management of Stakeholder Dialogue in Different Institutional Contexts: an Empirical Study on FTSE4GOOD Companies. *Journal of Cleaner Production* 136: 226-236.
- Freeman, Edward R. & David L. Reed (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review* Vol. 25, No. 3: 88-106.
- Freeman, Edward R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing (1984). Digitally printed version by Cambridge University Press, New York.
- Freeman, Edward R., Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Bidhan Parmar & Simone de Colle (2010). *Stakeholder Theory – The State of the Art*. New York: Cambridge University Press.

- Grafström, Maria & Karolina Windell (2011). The Role of Infomediaries: CSR in the Business Press During 2000-2009. *Journal of Business Ethics* 103: 221-237.
- Gray, Rob, Mohammed Javad, David M. Power & C. Donald Sinclair (2001). Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension. *Journal of Business Finance & Accounting* Vol 28, Issue 3 & 4: 327-356.
- Grünberg, Jaan & Josef Pallas (2012). Beyond the News Desk – The Embeddedness of Business News. *Media, Culture & Society* Vol. 35, Issue 2: 216-233.
- GRI (2016). Sustainability Reporting Guidelines. GRI Standards, julkaistu 19.10.2016. Saatavana World Wide Webistä: <<https://www.globalreporting.org/standards>>
- Gulati, Ranjay, Anthony J. Mayo & Nitin Nohria (2014). *Management*. Ensimmäinen painos. Mason: Cengage Learning.
- Hackston, David & Milne, Markus J. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 9, Issue 9: 77-108.
- Hahn, Rüdiger & Michael Kühnen (2013). Determinants of Sustainability Reporting: A Review of Results, Trends, Theory, and Opportunities in an Expanding Field of Research. *Journal of Cleaner Production* 59: 5-21.
- Hahn, Rüdiger & Regina Lülfs (2014). Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of Business Ethics* 123: 401-420.
- Harrison, Jeffrey S. & Andrew C. Wicks (2013). Stakeholder Theory, Value & Firm Performance. *Business Ethics Quarterly* 23: 97-125.

- Harrison, Jeffrey S. & Joyce van der Laan Smith (2015). Responsible Accounting for Stakeholders. *Journal of Management Studies* Vol. 52, No. 7: 935-960.
- Heikkilä, Tarja (1998). *Tilastollinen tutkimus*. 5. Uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Higgins, Colin, Wendy Stubbs & Tyron Love (2014). Walking the talk(s): Organizational Narratives of Integrated Reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 27, Issue 7: 1090-1119.
- Holopainen, Martti & Pekka Pulkkinen(2008). *Tilastolliset menetelmät*. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Höllerer, Markus A. (2013). From Taken-for-Granted to Explicit Commitment: The Rise of CSR in a Corporatist Country. *Journal of Management Studies* Vol. 50, No. 4: 573-606.
- IASB (2010). Conceptual Framework for Financial Reporting 2010. Saatavana World Wide Webistä: <<https://www.iasplus.com/standards/framework.htm>>
- Integrated Reporting (2017). Saatavilla World Wide Webistä: <<https://integratedreporting.org/>>
- Kilian, Thomas & Nadine Hennigs (2014). Corporate Social Responsibility and Environmental Reporting in Controversial Industries. *European Business Review*, Vol. 26, No. 1: 79-101.
- Marshall, Scott, Vlad Vaiman, Nancy Napier, Sully Taylor, Arno Haslberger & Torben Andersen (2010). The End of a "Period": Sustainability and the Questioning Attitude. *Academy of Management Learning & Education* Vol. 9, No. 2: 477-487.

- McCombs, Mazwelle E. & Donald L. Shaw (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* Vol. 36, Issue 2: 176-187.
- Moneva, Jose M. & Fernando Llana (2000). Environmental Disclosures in the Annual Reports of Large Companies in Spain. *The European Accounting Review* Vol. 9 Issue 1: 7-29.
- Moser, Donald V. & Patrick R. Martin (2012). A Broader Perspective on Corporate Social Responsibility Research in Accounting. *The Accounting Review* Vol. 87, No. 3: 797-806.
- Neu, D., H. Warsame & K. Pedwell (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports. *Accounting, Organizations & Society* Vol. 23, No. 3: 265-282.
- Niskala, Mikael, Tomi Pajunen & Kaisa Tarna-Mani (2013). *Yritysvastuu Raportointi- ja laskentaperiaatteet*. Helsinki: KHT-Media Oy.
- Norman, Wayne & Chris MacDonald (2004). Getting to the Bottom of “Triple Bottom Line”. *Business Ethics Quarterly* Vol. 14, Issue 2: 243-262.
- Ocasio, William (1997). Towards an Attention-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal* Vol. 18: 187-206.
- O'Donovan, Gary (2002). Environmental Disclosures in the Annual Report. Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 15, No. 3: 344-371.
- Patten, Dennis M. (1992). Intra-Industry Environmental Disclosures in Response to the Alaskan Oil Spill: A Note on Legitimacy Theory. *Accounting, Organizations and Society* Vol. 17, Issue 5: 471-475.

- Patten, Dennis M. (2002). The Relation Between Environmental Performance and Environmental Disclosure: A Research Note. *Accounting, Organizations and Society* 27: 763-773.
- Parker, Lee D. (2005). Social and Environmental Accountability Research: A View from the Commentary Box. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* Vol. 18, Issue 6: 842-860.
- Philippe, Déborah & Rodolphe Durand (2011). The Impact of Norm-Conforming Behaviors on Firm Reputation. *Strategic Management Journal* 32: 969-993.
- Reverte, Carmelo (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics* 88: 351-366.
- Rowbottom, N. & J. Locke (2016). The Emergence of <IR>. *Accounting and Business Research* Vol. 46, No. 1: 83-115.
- Schreck, Philipp (2011). Reviewing the Business Case for Corporate Social Responsibility: New Evidence and Analysis. *Journal of Business Ethics* 103: 167-188.
- Simnett, Roger, Ann Vanstraelen & Wai Fong Chua (2009). Assurance on Sustainability Reports: An International Comparison. *The Accounting Review* Vol. 84, No. 3: 937-967.
- Simon, Herbert A. (1947). *Administrative Behavior: A Study of Decision-making Processes in Administrative Organizations*. Neljäs painos. New York: A Division of Simon & Schuster Inc.
- Shocker, Allan D. & S. Prakash Sethi (1973). An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies. *California Management Review* Vol. 15, No. 4: 97-105.

Skouloudis, Antonis, Nikoleta Jones, Chrisovalaidis Malesios, Konstantinos Evangelinos (2014). Trends and Determinants of Corporate Non-Financial Disclosure in Greece. *Journal of Cleaner Production* 68: 174-188.

Työ- ja elinkeinoministeriö. Saatavana World Wide Webistä: <URL:<http://tem.fi/vastuullisuusraportointi>>.

Udayasankar, Krishna (2008). Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics* 83: 167-175.

Weaver, David (1984). Media Agenda-setting and Public Opinion: Is There a Link? *Annals for the International Communication Association* Vol. 8, No. 1: 680-691.

Yhdistyneet Kansakunnat (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development. Our Common Future* (The Brundtland Report).

Zhu, Qinghua & Joseph Sarkis (2007). The Moderating Effects of Institutional Pressures on Emergent Green Supply Chain Practices and Performance. *International Journal of Productin Research* Vol. 45: 4333-4355.

LIITE 1. Tutkimusaineiston yritysten toimialaluokitus

Yritys	ICB-koodin mukainen toimiala	Sektori (Morningstar)	Toimiala (Morningstar)	Toimialan riski ¹
Amer Sports	Kulutustavarat	Syklinen kulutus	Vapaa-aika	0
Cargotec	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuus	Teollisuuden laitteet	0
Elisa	Tietoliikennepalvelut	Viestintä	Telepalvelut	0
Ericsson		Teknologia	Tietokoneiden ja -kelu	0
Fortum	Yleishyödylliset palvelut	Julkishyödykkeet	Julkishyödykkeet moniala	0
Huhtamäki	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Syklinen kulutus	Pakkaukset	0
Kemira	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Kemikaalit	1
Kesko A	Kulutuspalvelut	Ei-syklinen kulutus	Ruokakauppa	0
Kesko B	Kulutuspalvelut	Ei-syklinen kulutus	Ruokakauppa	0
Kone B	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuus	Teollisuuden laitteet	0
Konecranes	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuus	Maatalous ja rakennus kojeet	0
Metso	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuus	Monialayritykset	0
Neste	Öljy ja kaasu	Energia	Öljyn ja kaasun jalostus ja myynti	1
Nokian Renkaat	Kulutustavarat	Syklinen kulutus	Renkaat ja muovi	0
Nordea Bank FDR	Rahoitus	Rahoituspalvelut	Pankit - Eurooppa alueellinen	0
Orion A	Terveystenhoito	Terveystenhoito	Lääkeyhtiöt erikois ja geneerinen	0
Orion B	Terveystenhoito	Terveystenhoito	Lääkeyhtiöt erikois ja geneerinen	0
Outokumpu	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Teräs	1
Outotec	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuus	Suunnittelu ja rakentaminen	0
Sanoma	Kulutuspalvelut	Syklinen kulutus	Kustantaminen	0
SSAB A	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Teräs	1
SSAB B	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Teräs	0

¹ (1=riski; 0=muut)

Yritys	ICB-koodin mukainen toimiala	Sektori (Morningstar)	Toimiala (Morningstar)	Toimialan riski ²
Stora Enso A	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Paperi ja paperituotteet	1
Stora Enso R	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Paperi ja paperituotteet	1
Svenska Handbkn A	Rahoitus	Rahoituspalvelut	Pankit - globaalit	0
Telia Company	Tietoliikennepalvelut	Viestintä	Telepalvelut	0
Tieto	Teknologia	Teknologia	IT-palvelut	0
UPM-Kymmene	Perusteollisuus	Perusmateriaalit	Paperi ja paperituotteet	1
Uponor	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Perusmateriaalit	Rakennusmateriaalit	0
Wärtsilä	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuus	Teollisuuden laitteet	0
YIT	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Teollisuustuotteet ja -palvelut	Suunnittelu ja rakentaminen	0

² (1=riski; 0=muut)

LIITE 2. Jakauman analysoinnin tuloksia